



**#plandenegocio**

**tienda de conveniencia**

## ÍNDICE

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>7</b>
<b>3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....</b>	<b>8</b>
3.1. Perfil de la persona emprendedora .....	8
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....</b>	<b>9</b>
4.1. Características de la oferta .....	9
4.2. Aspectos Diferenciales.....	10
4.3. Cobertura de necesidades que satisface .....	11
4.4. Propiedad Industrial e intelectual .....	12
<b>5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>13</b>
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado .....	13
5.2. Análisis del entorno.....	15
5.3. Análisis de la demanda .....	26
5.4. Análisis de la competencia.....	28
<b>6. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>29</b>
6.1. Establecimiento de precios .....	29
6.2. Canales de distribución.....	30
6.3. Comunicación y promoción.....	31
<b>7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....</b>	<b>33</b>
7.1. Recursos físicos.....	33
7.1.1. Infraestructuras .....	33
7.1.2. Equipamiento .....	33
7.1.3. Desarrollo productivo.....	34
7.2. Recursos humanos .....	36
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa .....	36
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo .....	37
7.2.3. Gestión de los recursos humanos .....	38
7.3. Forma Jurídica.....	39
<b>8. ANÁLISIS DAFO.....</b>	<b>40</b>
<b>9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>44</b>
9.1. Inversión inicial .....	44
9.1.1. Activo no corriente.....	44

9.1.2. Activo corriente.....	45
9.2. Fuentes de financiación .....	48
9.3. Previsiones de ingresos .....	50
9.4. Costes de producción .....	53
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	54
9.6. Previsión de tesorería .....	57
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	58
<b>10. PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>63</b>
10.1. Planificación de actividades .....	63
10.2. Guía de trámites .....	65
<b>11. MAPA DE ACTIVIDAD .....</b>	<b>80</b>

## 1. Resumen ejecutivo

La empresa nace con el objetivo de ofrecer productos básicos en la cesta de compra al/la consumidor/a medio/a las 24 horas del día los 365 días del año.

Este negocio se caracteriza por responder a necesidades de consumo puntuales y concretas fuera del horario comercial habitual o compras de cercanía o por impulso.

La experiencia de los últimos años demuestra que la mayor disponibilidad de horario y la cercanía al/la consumidor/a, ya sea en tiempo o en distancia física, han promovido en los últimos años el crecimiento del volumen de consumo en las tiendas de conveniencia y éstas se configuran como uno de los formatos comerciales emergentes.

Este proyecto no presenta grandes dificultades para ser llevado a cabo, por lo que será puesto en marcha por una persona con ganas de emprender y poner en marcha su propio negocio. La forma adoptada para ello será la constitución como empresario/a individual.

Esta persona posee formación profesional en comercio con dilatada experiencia en el sector del comercio minorista, especialmente en alimentación. A través del SEXPE ha realizado un curso de creación de empresas con el que pretende autoemplearse y desarrollar así la actividad relacionada con su experiencia en tiendas de proximidad.

La tienda ofertará productos de primera necesidad, habituales en la cesta de la compra. Se distinguirán cuatro grandes líneas de productos dentro del comercio:

1. Alimentación.
2. Droguería.
3. Perfumería e higiene personal.
4. Prensa y revistas.

La principal diferencia que va a ofrecer este negocio, tal y como ofrecen el resto de las tiendas de conveniencia, es la disponibilidad de horarios y la cercanía al/la consumidor/a. Otra de las principales características de las tiendas de conveniencia es ofrecer una amplia variedad de productos, que van desde la alimentación a prensa, revistas, libros, regalos,... a un precio superior al habitual en otros tipos de comercios.

Esos dos aspectos, horario y variedad del surtido, es lo que diferencia a las tiendas de conveniencia del resto de tiendas de alimentación. Además, se deberán tener en cuenta otros aspectos como el merchandising, el asesoramiento a la clientela y la ubicación.

Entre las principales necesidades que van a ser cubiertas por este negocio, caben destacar las relacionadas con la alimentación, la cercanía y la de compra fuera de horario comercial convencional.

La clientela española es una consumidora multi-formato, que realiza su abastecimiento en diferentes tipos de establecimientos comerciales en función del tipo de compra y producto que necesita, así como de la disponibilidad de tiempo para realizar la compra.

La demanda de este establecimiento estará constituida por clientela particular. Principalmente estará dirigida a personas que trabajan fuera de casa y con horarios que dificultan su actividad de compra en establecimientos convencionales. Dicho esto, el principal grupo que conformará la demanda potencial de este negocio, será el de personas ocupadas a tiempo completo, es decir, 48.300 personas en el municipio de Badajoz.

Dado que el consumo en las tiendas de conveniencia es principalmente un consumo de cercanía, la competencia de esta empresa estará formada por los establecimientos que se sitúen dentro del radio de influencia de este negocio.

Según se desprende del Informe Alimentación en España 2013, editado por Mercasa, Badajoz cuenta con 4.509 licencias de actividades comerciales minoristas en alimentación.

Para la ubicación del local, la persona promotora estudiará las diferentes zonas posibles, con el objetivo de determinar aquella más idónea: densidad de población de la zona, nivel adquisitivo, existencia o no de competencia cercana, etc. El local estará situado en Badajoz, en una zona comercial de fácil acceso, para que la clientela pueda llegar fácilmente al local a cualquier hora del día.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y prestación de los servicios se requiere **una inversión inicial de 40.018 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 45.000 €, de los cuales 15.000 €

corresponden al capital social aportado por la persona promotora del negocio y el resto (30.000 €) es deuda bancaria a largo plazo.

Durante el **primer año, el resultado esperado antes de intereses e impuestos (BAII) es de 7.844,45 €**, llegando el quinto año a alcanzar los 106.405,94 €. El **punto de equilibrio se alcanza** en el momento en el que los **ingresos corresponden a 100.858,80 €**, lo cual se logra en el mes 9 del primer año de actividad de la empresa.

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

En los últimos tiempos, los hábitos de consumo están cambiando desde una compra diaria en comercios tradicionales y de confianza a una compra mayor semanal o incluso mensual realizadas en medianas y grandes superficies en las que se realiza toda la compra conjunta.

Además, los hábitos de vida impiden que el/la consumidor/a tenga plena libertad para acudir a los establecimientos para realizar su compra, debiendo ajustar la misma a su horario y a los comerciales, lo cual no siempre resulta sencillo.

Todo ello implica que el/la consumidor/a tiene menos tiempo para dedicar a la compra y que puede dar lugar a olvidos de parte de la misma, a necesidades puntuales de algunos productos, etc.

La tienda de conveniencia responde a estas nuevas circunstancias y elementos configurantes del/la consumidor/a medio/a.

La experiencia de los últimos años demuestra que la mayor disponibilidad de horario y la cercanía al/la consumidor/a, ya sea en tiempo o en distancia física, han promovido en los últimos años el crecimiento del volumen de consumo en las tiendas de conveniencia y éstas se configuran como uno de los formatos comerciales emergentes.

Esta oportunidad de mercado, unida al perfil profesional de la persona promotora ha llevado a elegir esta idea de negocio.

### 3. Equipo emprendedor

Este proyecto será puesto en marcha por una persona con ganas de emprender y poner en marcha su propio negocio. La forma adoptada para ello será la constitución como empresario/a individual.

#### 3.1. Perfil de la persona emprendedora

Esta persona es natural de Trujillo (Cáceres), tiene 50 años y posee formación profesional en comercio con dilatada experiencia en el sector del comercio minorista, especialmente en alimentación.

A través del SEXPE ha realizado un curso de creación de empresas, con el que pretende autoemplearse y desarrollar así la actividad relacionada con su experiencia en tiendas de proximidad.

Entre sus competencias instrumentales, destacan la capacidad de organización y planificación, la toma de decisiones y la motivación de logro.

Entre sus competencias interpersonales, destacan el trabajo en equipo y las habilidades interpersonales.

Entre sus competencias sistémicas sobresale su capacidad de trabajo, la capacidad para adaptarse a nuevas situaciones e iniciativa y espíritu emprendedor.

Igualmente posee habilidades para la gestión eficiente y las negociaciones con empresas productoras y distribuidoras.



#### 4. Descripción de la oferta

#### 4.1. Características de la oferta

La tienda ofertará productos de primera necesidad, habituales en la cesta de la compra. Se distinguirán cuatro grandes líneas de productos dentro del comercio:

1. Alimentación: subdividida a su vez en varias líneas:
  - Pastas, legumbres y arroces.
  - Verduras, hortalizas y frutas.
  - Conservas, precocinados y congelados.
  - Bebidas.
  - Lácteos.
  - Aceites.
  - Pan y harinas.
2. Droguería: que incluye todos los productos de esta gama: ambientadores, insecticidas, detergentes, lavavajillas, baño y celulosa (papel higiénico, pañales, pañuelos...), etc.
3. Perfumería e higiene personal: colonias, perfumes, productos de afeitado, de cuidado de la piel, etc.
4. Prensa y revistas.



### 4.3. Cobertura de necesidades que satisface

Las necesidades que se cubrirán por esta empresa serán:

- Necesidad de alimentación: Primordialmente la necesidad que cubre la tienda de conveniencia es la oferta de una variedad amplia de productos, principalmente alimentos, que la clientela pueda necesitar en un momento determinado y no pueda adquirirlos en otros lugares.

El surtido será amplio, pero poco profundo, es decir, satisface múltiples necesidades de la clientela pero ofrece poca variedad en cada categoría de producto.

- Necesidad de cercanía: Otra de las necesidades que cubre es la de ser un establecimiento cercano a la clientela. Pretende abarcar un radio más amplio que las tiendas de proximidad (que abastece a una clientela que vive en no más de 1.000 metros de distancia), pero lograr que el desplazamiento de la clientela, ya sea en vehículo o a pie, sea rápido y fácil. La clientela no desea desplazarse lejos de su domicilio para estas compras puntuales y, en la mayoría de las ocasiones, de bajo volumen. Para ello, será importante la ubicación del establecimiento.
- Necesidad de compra fuera de horario comercial convencional: La amplitud de horarios de apertura marcará una de las principales diferencias con la competencia. La empresa estará abierta durante las 24 horas del día, los 365 días al año. Para ello se organizará una rotación en los puestos de trabajo entre los distintos turnos.

- Necesidad de compra fuera de horario comercial convencional: La amplitud de horarios de apertura marcará una de las principales diferencias con la competencia. La empresa estará abierta durante las 24 horas del día, los 365 días al año. Para ello se organizará una rotación en los puestos de trabajo entre los distintos turnos.

#### 4.4. Propiedad Industrial e intelectual

En su caso, serán de aplicación las normas relativas a las marcas y patentes que puedan utilizarse y a los derechos de autor/a que deban respetarse.

En concreto, se pueden citar el uso de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura que puedan comercializarse en la tienda y, en concreto, las medidas específicas adoptadas para la protección de los mismos frente a otros productos de similares características.

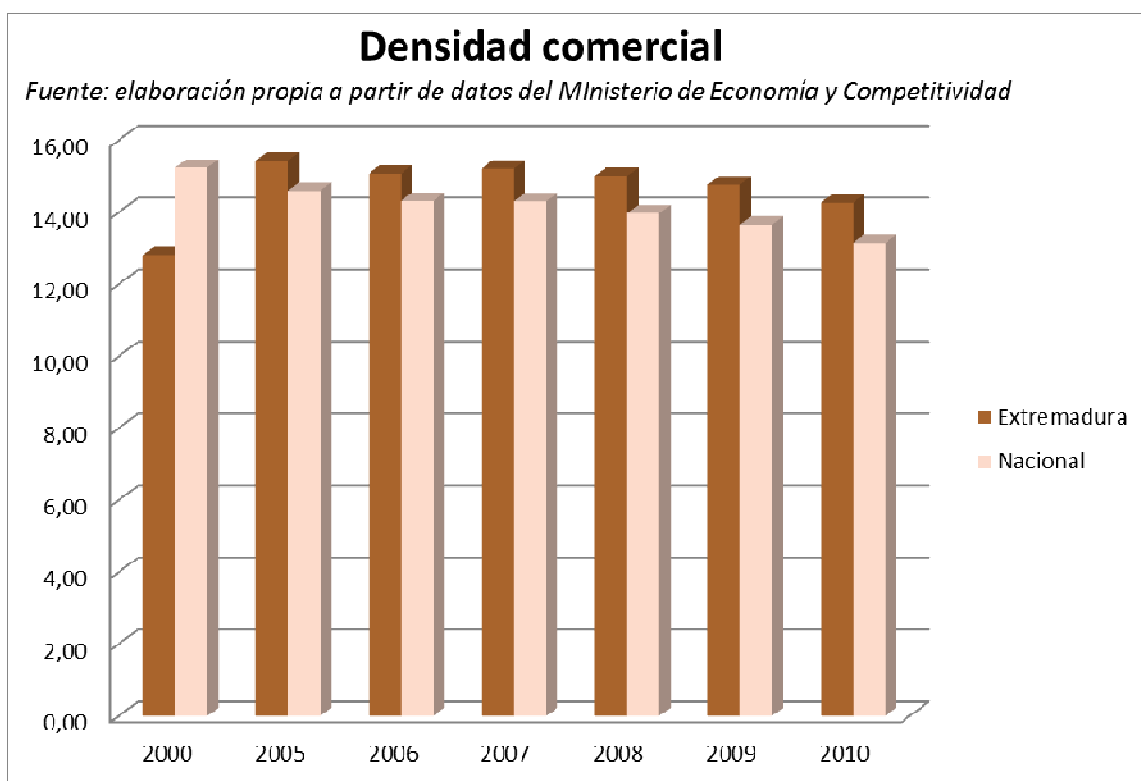
## 5. Análisis del mercado

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

La distribución comercial está encuadrada, siguiendo la clasificación sectorial desagregada del Instituto Nacional de Estadística, como actividad económica perteneciente al sector servicios. Es, en términos de contribución al PIB y al empleo de la economía española, la actividad productiva más importante.

En cuanto a la contribución del Valor Añadido Bruto (VAB) dentro de la economía, es el comercio minorista es el que mayor peso tiene, suponiendo el 4,8% del VAB total de la economía en el año 2009, mientras que el comercio mayorista e intermediarios suponen un 3,9%. No obstante, cabe destacar que la tendencia a la contribución del VAB del comercio es decreciente respecto a las del total de la economía.

En la siguiente gráfica se puede observar la densidad comercial en Extremadura, según el número de locales de comercio al por menor por cada 1.000 habitantes. Se observa que el porcentaje de comercios al por menor en Extremadura es mayor que en la media nacional, en torno a un punto en cada uno de los años.



En la siguiente tabla se muestran con mayor detalle los resultados del comercio al por menor en Extremadura y la media nacional. De esta manera, se estará en disposición

de hacer una comparativa con los datos del comercio al por mayor. (Se excluyen los datos de comercio al por mayor y por menor de vehículos y motocicletas, salvo en el total del comercio).

	Número de locales	Volumen de negocio (miles de €)	Sueldos y salarios (miles de €)	Inversión en activos materiales (miles de €)	Personal ocupado
<b>Total Extremadura</b>	<b>23.307</b>	<b>11.047.591</b>	<b>698.648</b>	<b>189.857</b>	<b>63.467</b>
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	5.230	5.390.506	281.066	99.316	20.295
Comercio al por menor	15.708	4.437.991	309.742	60.347	35.220
<b>Total Nacional</b>	<b>952.509</b>	<b>735.326.295</b>	<b>53.219.363</b>	<b>16.006.877</b>	<b>3.380.251</b>
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	249.990	409.292.390	25.056.216	7.176.221	1.167.397
Comercio al por menor	619.573	240.651.950	21.648.459	6.540.721	1.861.276

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Economía y Competitividad.*

Según datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas) del Instituto Nacional de Estadística, el comercio representaba a 1 de enero de 2010 el 24,2% del total de empresas de la economía española.

Del total de todas las empresas del comercio, el comercio minorista representa la mayor parte, aportando el 63,5% de las empresas y el 15,4% de las empresas totales de la economía española.

## 5.2. Análisis del entorno

El negocio se va a ubicar en Extremadura, dentro de la zona EUROACE. Ésta es una agrupación integrada por las regiones de Alentejo y Centro (Portugal) y la Comunidad Autónoma de Extremadura (España). Creada en el año 2009, a raíz de la firma del Convenio constitutivo de la comunidad de trabajo EUROACE, se pone de manifiesto la voluntad de las tres regiones para reforzar e impulsar sus relaciones de cooperación. Además se pretende iniciar una nueva etapa de desarrollo de proyectos útiles y cercanos tanto a las empresas como a la ciudadanía y al público general.

El territorio de actuación de la EUROACE se extiende al espacio geográfico de Alentejo, Región Centro de Portugal y Extremadura. Su extensión es de 92.500 Km<sup>2</sup> aproximadamente, en la que residen 3.388.563 personas, lo que equivale al 6% de la población peninsular.

Esta eurorregión presenta una localización estratégica en el suroeste peninsular, cercana a grandes áreas metropolitanas como Madrid, Sevilla, Lisboa, Oporto. Su estructura territorial cuenta con una buena red de ciudades medias y pequeñas, con una adecuada dotación de servicios y con fácil accesibilidad extrarregional, que se verá incrementada próximamente con el tren de alta velocidad.

Según el estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal, las cifras de población rondan los 47 millones de personas para el caso de España, y algo más de 10,5 millones de personas para el caso de Portugal, tal y como muestra la siguiente tabla:

**Cifras de Población para España y Portugal a 1 de Enero de 2011**

UE 27	502 575 (p)
DE	81 752
FR	65 048 (p)
UK	62 499 (p)
IT	60 626
ES*	46 816
PL	38 200
RO	21 414 (p)
NL	16 656
GR	11 310
BE	10 951 (p)
PT*	10 562
CZ	10 533
HU	9 986

*Fuente: estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.*

Si se desagregan estos datos por comunidades/regiones, se obtiene la siguiente tabla:

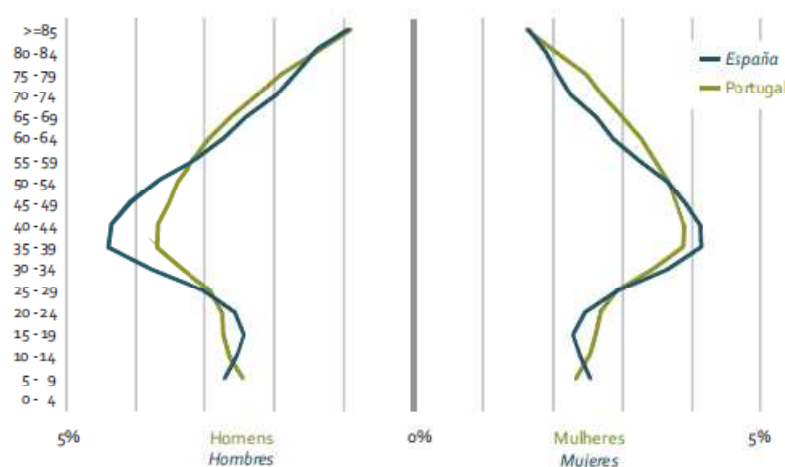
**Cifras de Población para España y Portugal por comunidades/regiones a 1 de Enero de 2011**

<b>Portugal</b>	<b>10 562 178</b>	Castilla y León	2 540 188
Norte	3 689 682	País Vasco	2 185 393
Lisboa	2 821 876	Canarias	2 106 331
Centro	2 327 755	Castilla-La Mancha	2 082 655
Alentejo	757 302	Región de Murcia	1 462 128
Algarve	451 006	Aragón	1 344 509
Madeira	267 785	Extremadura	1 104 499
Açores	246 772	Illes Balears	1 100 503
<b>España</b>	<b>46 815 916</b>	Principado de Asturias	1 075 183
Andalucía	8 371 270	Comunidad Foral de Navarra	640 129
Cataluña	7 519 843	Cantabria	592 542
Comunidad de Madrid	6 421 874	La Rioja	321 173
Comunitat Valenciana	5 009 931	Ceuta	83 517
Galicia	2 772 928	Melilla	81 323

*Fuente: estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.*

Tal y como se desprende de la tabla anterior, las regiones de Centro y Alentejo suman algo más de 3 millones de personas, mientras que la Comunidad extremeña se queda en 1,1 millones de personas.

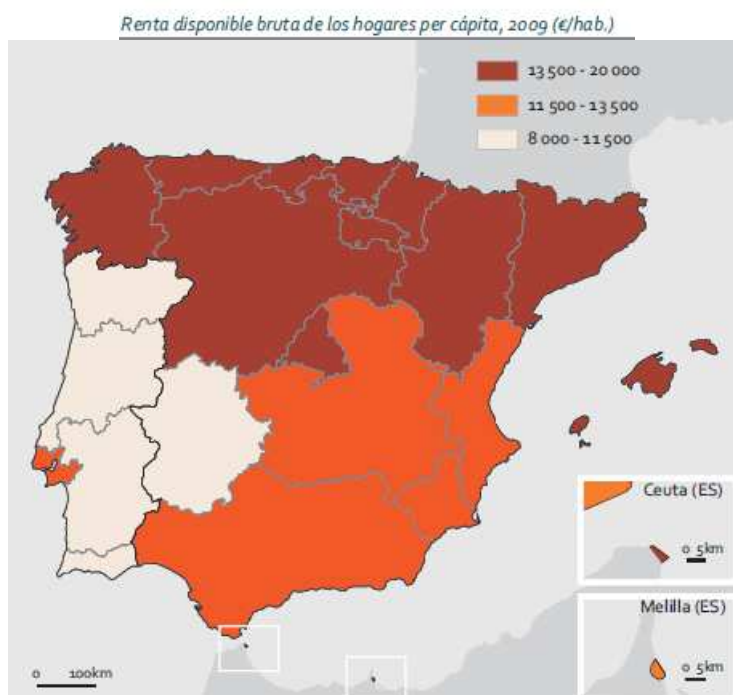
Si se analizan sus pirámides de población, se puede observar que presentan comportamientos muy similares: base estrecha, debido a tasas de natalidad bajas, mayor concentración de hombres y mujeres en el tramo de edad que va de los 30 a los 65 años y alta esperanza de vida (78,7 años en España y 76,1 años en Portugal). Se trata por tanto de poblaciones regresivas o envejecidas, caracterizadas por una baja natalidad y un elevado número de personas mayores debido al aumento de la esperanza de vida.



*Pirámide de Población para España y Portugal, 2011. Fuente: estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.*



En cuanto a las condiciones de vida, para datos de 2009, la Zona EUROACE se presenta con una baja renta disponible (bruta) de los hogares per cápita, situándose ésta entre los 8.000 – 15.000 € / habitante. Como se puede contemplar en el mapa, Extremadura es la CC.AA con menor renta per cápita.



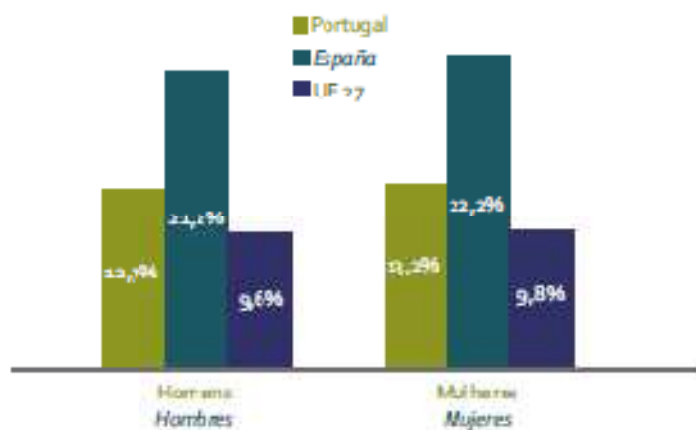
*Fuente: estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.*

Otro dato muy significativo que arroja este informe es el porcentaje de población en riesgo de pobreza o exclusión social, que para el año 2010, era algo más del 25% para ambos países.

UE 27	23,4
BG	41,6
RO	41,4
LV	38,1
LT	33,4
IE	29,9
HU	29,9
PL	27,8
GR	27,7
ES	25,5
PT	25,3
IT	24,5
CY	23,6
UK	23,1

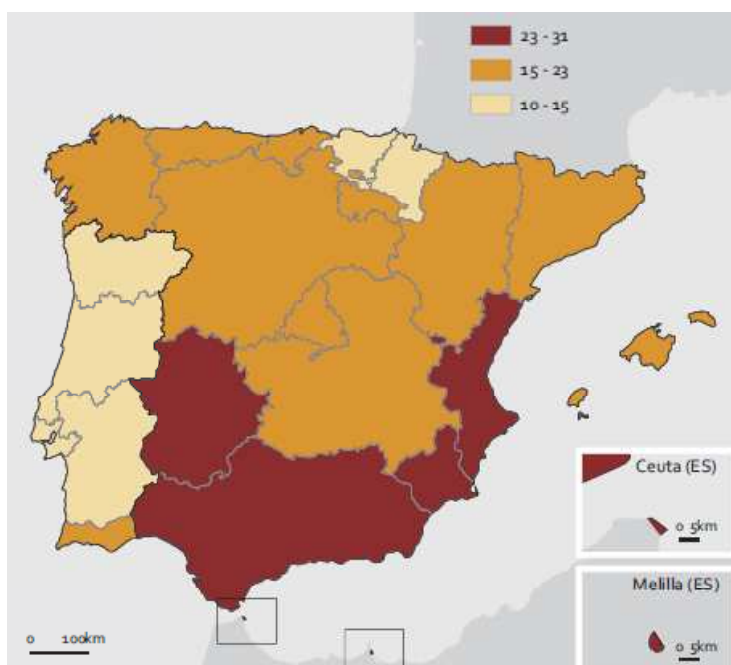
*Población en riesgo de pobreza. Año 2010. Fuente: estudio “La Península Ibérica en cifras 2012”, elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.*

En cuanto a la tasa de paro, para el año 2011, España presenta una tasa mucho mayor que la portuguesa, situándose en el 21,2% para hombres y 22,29% para mujeres.



Tasa de paro (%). Año 2011. Fuente: estudio "La Península Ibérica en cifras 2012", elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.

Por regiones, Extremadura es una de las zonas geográficas españolas donde la tasa de paro es mayor. Mientras que las regiones de Portugal presentan tasas de paro iguales entre sí, entre el 10-15%, a excepción de la región del Algarve.



Tasa de paro (%) por CC.AA o regiones. Año 2011. Fuente: estudio "La Península Ibérica en cifras 2012", elaborado de manera conjunta por los Institutos Nacionales de Estadística de España y Portugal.



- Ley 7/2010, de 19 de julio, de modificación de la Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

En caso de encontrar una ubicación para este negocio en la zona transfronteriza entre Extremadura y Portugal, puede ser interesante observar la normativa portuguesa en este ámbito. (Texto extraído de <http://www.dgae.min-economia.pt/>).

### **Precio de venta a los/as consumidores/as**

Decreto-Ley N° 162/1999 de 13/05/1999.

Presidencia del Consejo de Ministros. Se modifica el Decreto -Ley N° 138/ 90, de 26 de abril, que regula la indicación de los precios de venta al por menor de productos alimenticios y no alimenticios y servicios.

Decreto-Ley N° 138/1990 de 26/04/1990.

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Se requiere que los bienes destinados a la venta al por menor muestran su precio de venta al/la consumidor/a.

### **Contador**

Ordenanza N° 131/2011 de 04/04/2011.

Consejería de Economía, Innovación y Desarrollo, de la Presidencia del Consejo de Ministros. Crea un único contador electrónico, llamado Emprendedor Gira.

### **Registro**

Ordenanza N° 1024-A/1999 de 18/11/1999.

Ministerio de Economía. La adopción del modelo de formulario de solicitud de inscripción en el Registro de establecimientos comerciales.

Decreto-Ley N° 462/1999 de 11/05/1999.

Ministerio de Economía. Establece el régimen de inscripción en el registro de los establecimientos comerciales.

### **Certificación de las PYME**

Decreto-Ley N° 143/2009 de 06/16/2009.

Ministerio de Economía e Innovación. Se modifica el Decreto-Ley N° 372/2007 de 6 de noviembre, se crea la certificación de las PYME.

Decreto-Ley Nº 372/2007 de 11/06/2007.

Ministerio de Economía e Innovación. Crea el estado de certificación electrónica de las micro, pequeñas y medianas empresas (PYME).

### **Clasificación Portuguesa de Actividades Económicas (CNAE)**

Decreto-Ley Nº 381/2007 de 14/11/2007.

Presidencia del Consejo de Ministros. Aprueba la Clasificación Portuguesa de Actividades Económicas, Revisión 3.

### **Comercio al por menor no sedentaria**

Decreto Nº 191/2013 de 05/24/2013.

Ministerio de Economía y el Empleo. Se ha corregido la información contenida en el formulario electrónico de la mera notificación previa prevista en el apartado 5 del artículo 1 de la Ley nº 27/2013 de 12 de abril, que aprueba la carta de marketing y modelos de ambulantes y el signo distintivo.

Ley Nº 27/2013 de 12/04/2013.

Asamblea de la República. Establece el régimen jurídico que está sujeto a la actividad comercial llevada a cabo por los/as comerciantes no sedentarios/as minoristas y vendedores/as ambulantes, así como las disposiciones relativas a las ferias y lugares donde la misma se mantienen.

### **Comercio Electrónico**

Decreto-Ley Nº 62/2009, de 03/10/2009.

Ministerio de Economía e Innovación. Primera modificación del Decreto-Ley 7/2004 de 7 de enero.

Decreto-Ley 7/2004, de 07/01/2004.

Ministerio de Justicia. Se incorpora a la legislación nacional la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico.

### **Derechos del/la Consumidor/a**

Decreto-Ley Nº 67/2003 de 08/04/2003.

Presidencia del Consejo de Ministros. Modificación de la Ley Nº 24/96, 31 de julio.

Ley 24/1996, de 31/07/1996.

Asamblea de la República. Establece el régimen jurídico aplicable a los/as consumidores/as.

### **Las garantías de los bienes de consumo**

Decreto-Ley 84/2008, de fecha 05/21/2008.

Ministerio de Economía e Innovación. Primera modificación del Decreto-Ley N° 67/2003, de 8 de abril, la transposición al ordenamiento jurídico nacional la Directiva N° 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25.

Decreto-Ley N° 67/2003, de fecha 2003-04-08.

Presidencia del Consejo de Ministros. Se incorpora a la legislación nacional de la Directiva N° 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo, sobre determinados aspectos de la venta de bienes de consumo y garantías asociadas, y de modificación. Ley n° 24/96 de 31 de julio.

### **Higiene y Seguridad en Tiendas**

Ley N° 102/2009 de 09/10/2009.

Asamblea de la República. Establece el marco legal de la promoción de la seguridad y la salud en el trabajo.

Ley N° 113/1999 de 03/08/1999.

Asamblea de la República. Se modifica el Decreto-Ley n° 347/93, de 1 de octubre, establece el régimen jurídico de la promoción de la seguridad y salud en el trabajo.

Ordenanza N° 987/1993 de 06/10/1993.

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Establece el mínimo de seguridad y salud en el lugar de trabajo.

Decreto-Ley N° 347/1993 de 01/10/1993.

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. La transposición al ordenamiento jurídico nacional la Directiva N° 89/654/CEE del Consejo, de 30 de noviembre, de disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.

### **Horario de apertura de tiendas**

Decreto-Ley N° 48/2011, de 01/04/2011.

Presidencia del Consejo de Ministros. Enmienda y vuelve a publicar el Decreto-Ley 48/96, de 15 de mayo.

Decreto-Ley Nº 48/1996, de 05/15/1996.

Ministerio de Economía. Establece un nuevo régimen de horarios de apertura de tiendas.

### **Libro de quejas**

Decreto-Ley Nº 118/2009 de 19/05/2009.

Ministerio de Economía e Innovación. Presenta segunda enmienda al Decreto- Ley Nº 156/2005 de 15 de septiembre, que establece la obligación del libro de reclamaciones a disposición de todos/as los/as proveedores/as de bienes o prestadores/as de servicios que tienen contacto con el público en general la creación de una red común de información telemática.

Ordenanza Nº 896/2008 de 18/08/2008.

Consejería de Economía e Innovación, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Resumen: Modifica la Ordenanza Nº 1288/2005 de 15 de diciembre, que aprueba el modelo, la edición, el precio, la oferta y la distribución del libro dice ser proporcionada por los/as proveedores/as de bienes y prestadores/as de servicios cubiertos por el Decreto -Ley nº 156/2005, de 15 de septiembre.

Ordenanza Nº 70 /2008, de fecha 2008-01-23

Consejería de Economía e Innovación, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Modifica la Ordenanza Nº 1288/2005 de 15 de diciembre, que aprueba el modelo, la edición, el precio, la oferta y la distribución del libro dice ser proporcionada por los/as proveedores/as de bienes y prestadores/as de servicios cubiertos por el Decreto -Ley Nº 156/2005 de 15 de septiembre.

Decreto-Ley Nº 371/2007 de 11/06/2007

Ministerio de Economía e Innovación. Primera modificación del Decreto - Ley Nº 156/2005 de 15 de septiembre, que establece la obligación del libro de reclamaciones a disposición en todas las tiendas donde se suministran bienes y prestan servicios a consumidores/as.



Ordenanza Nº 1288/2005 de 12/15/2005

Consejería de Economía e Innovación, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. La adopción del modelo, edición, precio, suministro y distribución del libro de reclamaciones.

Decreto-Ley Nº 156/2005, de 15 de septiembre.

Ministerio de Economía e Innovación. Establece un requisito para el libro de reclamaciones a disposición de todos/as los/as proveedores/as de bienes o prestadores/as de servicios que tienen contacto con el público en general.

### **Las prácticas comerciales desleales de las empresas hacia los/as consumidores/as**

Decreto-Ley Nº 57 /2008, de fecha 03/26/2008.

Ministerio de Economía e Innovación. Establece las normas sobre prácticas comerciales desleales en las relaciones con los/as consumidores/as, ya sea que ocurra antes, durante o después de una transacción comercial en relación con bienes o servicios.

### **Responsabilidad por productos defectuosos**

Decreto- Ley Nº 131/2001, 04/24/2001.

Presidencia del Consejo de Ministros. Incorpora a la legislación nacional de la Directiva Nº 1999/34/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de mayo, relativa a la responsabilidad por productos defectuosos.

Decreto- Ley Nº 383/1989 de 06/11/1989.

Ministerio de Justicia. Resumen: La transposición al ordenamiento jurídico nacional la Directiva N º 85/374/CEE sobre responsabilidad por productos defectuosos.

### **El tratamiento de los datos personales**

Ley Nº 41/ 2004, de 08/18/2004.

Asamblea de la República. La transposición al ordenamiento jurídico nacional de la Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio, relativa al tratamiento de datos personales ya la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas.



Ley Nº 67 /1998, de 18/08/1998.

Asamblea de la República. Ley de Protección de Datos de Carácter Personal (transposición al ordenamiento jurídico portugués la Directiva Nº 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, sobre la protección de las personas físicas respecto al tratamiento de datos personales ya la libre circulación de estos datos).

### **Las ventas en un precio reducido**

Decreto-Ley 70 /2007, de 26/03/2007.

Ministerio de Economía e Innovación. Establece las prácticas de negocio a un precio reducido en las ventas minoristas se practican en las tiendas , para la eliminación de las reservas, el aumento del volumen de ventas o para promover el lanzamiento de un producto no comercializado previamente por el agente económico.

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 clientela española es una consumidora multi-formato, que realiza su abastecimiento en diferentes tipos de establecimientos comerciales en función del tipo de compra y producto que necesita y de la disponibilidad de tiempo para realizar la compra.

Las personas que no trabajan fuera del hogar o aquellas cuyo horario de trabajo se lo permite, acuden al mercado tradicional para la compra de productos frescos. La fidelidad a este tipo de comercio es muy elevada. Para la compra de productos de gran consumo del tipo aceite, bebidas, pastas, conservas, etc. acuden a supermercados e hipermercados.

Por el contrario, las personas que trabajan fuera del hogar prefieren, en general, los supermercados e hipermercados principalmente por la amplitud de horarios que ofrecen este tipo de establecimientos. La fidelidad a estos negocios es mucho menor a la del comercio tradicional.

En cuanto al tipo de compra y la elección del establecimiento, al adquirir productos frescos la clientela toma la decisión en función de la calidad del producto, el trato y atención a la misma y el precio. En el resto de productos de alimentación, se elige el establecimiento en atención a la calidad de productos y el precio. Siendo, en cualquier caso, en los productos de alimentación la calidad del producto lo más valorado.

En cuanto a los horarios comerciales, en el año 2008, según datos del Observatorio del consumo y la distribución alimentaria del entonces Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino del Gobierno de España, el 88,8% de las personas consumidoras los consideraban adecuados, mientras que un 8,3% creen que deberían abrir más horas y tan sólo un 2,9% que deberían abrir menos horas. El negocio de tienda de conveniencia se dirige a cubrir esta brecha en las personas consumidoras que consideran que los horarios comerciales no se ajustan a sus necesidades.

En cuanto a la distribución temporal, el mismo estudio de 2010 del Observatorio del Consumo establece que el 46,9% de las personas consumidoras las realizan indistintamente los días laborales y los fines de semana, el 29,4% los días laborales y el 23,7% el viernes por la tarde o el fin de semana.

A continuación, se muestra el número de personas del municipio de Badajoz en referencia a la relación preferente con la actividad que llevan a cabo a partir del censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2011:

Municipio: Badajoz	
Relación preferente con la actividad (detalle)	Personas
<b>Total</b>	<b>150.685</b>
Ocupado/a a tiempo completo	48.300
Ocupado/a a tiempo parcial	8.130
Parado/a que ha trabajado antes	21.300
Parado/a buscando primer empleo	3.950
Persona con invalidez permanente	2.055
Jubilado/a, prejubilado/a, pensionista o rentista	23.005
Estudiantes	30.825
Otra situación	13.120

La demanda de este establecimiento estará constituida por clientela particular. Principalmente estará dirigida a personas que trabajan fuera de casa y con horarios que dificultan su actividad de compra en establecimientos convencionales. Dicho esto, el principal grupo (en relación a los definidos en la tabla anterior) que conformará la demanda potencial de este negocio, será el de personas ocupadas a tiempo completo, es decir, 48.300 personas.

## 5.4. Análisis de la competencia

Dado que el consumo en las tiendas de conveniencia es principalmente un consumo de cercanía, la competencia de esta empresa estará formada por los establecimientos que se sitúen dentro del radio de influencia de este negocio. Estas adoptan diferentes formatos como:

- Tienda tradicional: comercio de proximidad.
- Mercados.
- Tiendas de descuento.
- Autoservicios.
- Supermercados.
- Hipermercados.
- Panaderías.
- Droguerías.
- Perfumerías.

En cuanto a los horarios, supondrán competencia directa:

- Otras tiendas de conveniencia.
- Gasolineras.

Según se desprende del Informe Alimentación en España 2013, editado por Mercasa, en Extremadura se localizan 7.146 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación. Badajoz cuenta con un 63,1% de las licencias (4.509 licencias), mientras que Cáceres tiene un 36,9% (2.637 licencias). Hay instalados 910 supermercados y 12 hipermercados.

En Extremadura, el número de supermercados pequeños (de menos de 400 m<sup>2</sup>) es de 726. Por otra parte, este tipo de establecimientos suponen un 36% con respecto al total de establecimientos alimentarios de libre servicio.

## 6. Plan de Marketing

### 6.1. Establecimiento de precios

Los precios medios que la empresa establecerá para los distintos productos (determinados según líneas de productos) serán:

PRODUCTO	PRECIO
Pastas, legumbres y arroces	2,60 €/kg
Verduras, hortalizas y frutas	3,20 €/kg
Conservas, precocinados y congelados	11,00 €/kg
Bebidas	3,00 €/litro
Lácteos	1,60 €/litro
Aceite	4,50 €/litro
Pan y harinas	3,10 €/kg
Droguería (celulosas)	4,30 €/ud.
Resto droguería	4,50 €/ud.
Perfumería	20 €/ud.
Prensa	2,40 €/ud.

## 6.2. Canales de distribución

Esta empresa se sitúa dentro del sector servicios, y por su propia naturaleza y definición del modelo de negocio, el canal de distribución principal será la venta directa al/la cliente/a o consumidor/a final a través de la tienda física.

No se plantean de momento otros canales de distribución indirectos, aunque en el futuro es posible la ampliación del negocio a través de tienda virtual, que cubra una demanda de carácter menos circunstancial.

## 6.3. Comunicación y promoción

### Objetivo de la comunicación

La principal tarea de la persona emprendedora es la atracción de clientela hacia la tienda.

### Público objetivo

El público objetivo de la empresa lo conformarán las personas residentes en la zona de influencia de la tienda, que se pueden estimar en un radio de no más de 10 minutos en coche.

### Mensaje

El mensaje que la empresa transmitirá es la oferta de productos de alimentación, droguería y perfumería, prensa, revistas y libros con libertad de horarios.

### Estrategia

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

1. Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en ofrecer una imagen cercana.
2. Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante un marketing directo, un marketing indirecto y un marketing relacional.

### Acciones

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

1. Marketing directo: se realizarán acciones de comunicación dirigidas directamente a la clientela a través de buzono con folletos publicitarios de la tienda.

Además, la empresa debe darse a conocer a través de las asociaciones de vecinos/as de la zona y del distrito de revistas y/o webs existentes en la zona, con la finalidad de insertar un anuncio.

2. Marketing relacional: el boca a boca es una de las formas de promoción basada en un marketing relacional que se propiciará a través de la atención especializada y pormenorizada de la clientela, que será la principal base para la promoción.

Otra posible acción dentro del marketing relacional es la colaboración con comerciantes del barrio para poner en marcha estrategias conjuntas que generen sinergias para todos/as los/as implicados/as.

Será interesante así mismo que la empresa se asocie a agrupaciones, que en el ámbito comercial y local, existan en la zona.



## 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

La infraestructura principal será el local comercial en el que se sitúe el negocio.

Para el inicio de la actividad se estima suficiente con un local comercial de 200 m<sup>2</sup>. En él se situará tanto la zona de venta como la zona de almacenaje.

Al comienzo de la actividad no se almacenará mucho stock por dos razones: se trata de productos en muchos casos perecederos, lo cual supone que no se deben almacenar durante mucho tiempo o se debe hacer en condiciones específicas de temperatura, humedad, espacio... y porque al inicio de la actividad lo primordial será atraer clientela y conocer el tipo de productos que puede interesarles.

Además, en el local se reservará una zona para la colocación de una pequeña oficina en la que la persona emprendedora pueda realizar toda la actividad administrativa y de gestión del negocio.

Para la ubicación del local, la persona promotora estudiará las diferentes zonas posibles, con el objetivo de determinar aquella más idónea: densidad de población de la zona, nivel adquisitivo, existencia o no de competencia cercana, etc.

El local estará situado en Badajoz, en una zona comercial de fácil acceso, para que la clientela pueda llegar fácilmente al local a cualquier hora del día.

### 7.1.2. Equipamiento

En este caso la empresa deberá contar con una serie de elementos necesarios para la exposición de los productos en la tienda, la conservación de los mismos y la atención a la clientela.

Serán necesarios los siguientes:

- Estanterías y expositores, en los que se coloquen los productos de manera ordenada y sencilla que facilite la compra para la clientela.
- Elementos de refrigeración: neveras, congeladores, cámara frigorífica.
- Mostrador donde cobrar y colocar la caja.
- Caja registradora.
- Equipo informático para la gestión del negocio por parte de la persona emprendedora.
- El mobiliario necesario para un puesto de trabajo: silla, mesa, algún mueble auxiliar para el archivo de documentación y teléfono.

Para el inicio de la actividad se dejarán fuera de consideración elementos propios de comercio de alimentos frescos del tipo carne y pescado, por la necesidad de tener conocimientos específicos en este ámbito tales como el corte específico de la carne, que determinarían un especial conocimiento de la persona emprendedora o la contratación de una persona exclusivamente para estas tareas. Además, como se ha especificado en el estudio de mercado, la clientela prefiere comprar este tipo de productos en comercios tradicionales, por lo que la demanda inicial de este tipo de productos puede ser muy escasa. No obstante, este tipo de productos se comercializará en forma de envasados, congelados, productos elaborados, etc.

### 7.1.3. Desarrollo productivo

El desarrollo productivo será muy sencillo, pues no requiere la transformación de ningún producto, simplemente la prestación del servicio de venta y, en su caso, de información a la clientela.

Se combinarán tanto la venta en autoservicio como el comercio tradicional, prestando especial atención a las necesidades de asesoramiento e información que le surjan a la clientela.

En la atención a la clientela se perseguirá la máxima satisfacción de la misma mediante la fiabilidad, la cercanía y la amabilidad en el trato.

Realizada la compra por el/la cliente/a, será necesario mantener también unas políticas de devolución de productos y de atención postventa.

Además, en cumplimiento de la normativa vigente en derechos de la persona consumidora, se contará con un libro de hojas de quejas y reclamaciones a disposición de la misma.

Se prestará especial atención al aprovisionamiento y la gestión de stock, de tal forma que ambas actividades se realicen de la manera más eficiente posible.

## 7.2. Recursos humanos

### 7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se establecerán unas divisiones o departamentos básicos del negocio. Si bien en un principio la persona emprendedora controlará la actividad de todos ellos, posteriormente podrá delegar en el personal de confianza.

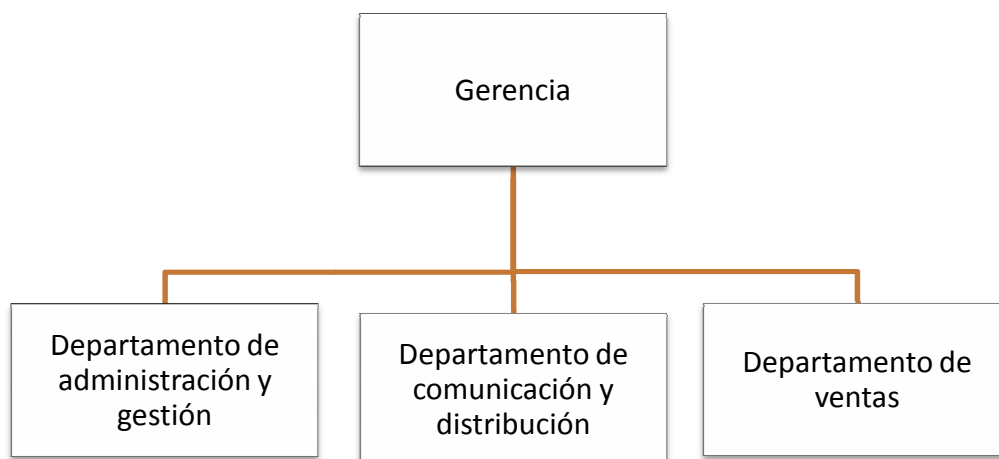
Las principales áreas de la empresa serán las siguientes:

*Departamento de administración y gestión:* desarrollará las actividades administrativas y de gestión de cobros y pagos con proveedores/as. Las tareas de contabilidad, fiscalidad y nóminas se contratarán a una asesoría externa.

*Departamento de comunicación y distribución:* incluirá el desarrollo de actividades relacionadas con la difusión de las ofertas y la publicidad de la empresa a través de distintos medios. También incluirá el merchandising, la reposición de productos, gestión de inventarios y la publicidad en el punto de venta.

*Departamento de ventas:* se encargará de la venta a la clientela de los productos, la gestión de caja y de las reclamaciones.

El organigrama de la empresa atenderá a la siguiente estructura:



### 7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

## Gerente

El/la gerente será la propia persona emprendedora del negocio.

Deberá cumplir los requisitos establecidos en la legislación laboral en materia de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo, referida al personal a su cargo. Por lo tanto, deberá disponer de los permisos y licencias de tipo laboral que sean precisos.

Se responsabilizará de cada una de las áreas de la empresa y coordinará el personal a su cargo.

Realizará tareas de comercialización del servicio y de atención y captación de clientes/as. Entre sus cometidos destacan:

- Control financiero y planificación de objetivos.
- Contacto con empresas proveedoras.
- Control de calidad y de las reclamaciones.
- Publicidad y promoción.
- Gestión de la información y emisión de la documentación.

*Dependientes/as*

Serán las personas encargadas de atender a la clientela en la tienda física y realizar las ventas. También llevarán a cabo la gestión de inventarios y reposición de productos. Es conveniente que tengan experiencia y/o formación en actividades comerciales y de atención a la clientela. Así mismo, se les requerirán que estén en posesión del carnet de manipulador/a de alimentos. Será imprescindible que tengan un trato amable y adecuado, así como conocimientos sobre los productos que se vendan.

En principio se contará con tres personas.

### 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.

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

## Contratación

Se contratarán, en principio, tres dependientes/as en jornada de ocho horas cada uno de ellos/as, en turnos rotativos junto con la persona emprendedora.

Si fuera necesario contratar a más dependientes/as, se realizarán contratos a jornada parcial y temporales, en los períodos de mayor demanda.

## Formación

Las políticas de formación de la empresa las marcará la persona emprendedora.

### 7.3. Forma Jurídica

La forma jurídica elegida para esta empresa es la de empresario/a individual.

Esta forma jurídica se rige en materia mercantil por el código de comercio y en materia de derechos y obligaciones por el Código civil. Además la Ley 20/2007 regula el estatuto del trabajo autónomo.

Las características principales de este tipo de empresas (texto extraído de <http://www.ipyme.org>):

- Control total de la empresa por parte de la persona propietaria, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario/a), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del/la empresario/a.
- Es la forma que menos gestiones y trámites ha de hacer para la realización de su actividad, puesto que no tiene que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.

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

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

## 8. Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de nueva creación.</li> <li>- Dificultad de tesorería.</li> <li>- Variaciones en la demanda.</li> <li>- Necesidad de alta rotación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marco económico.</li> <li>- Demografía.</li> <li>- Competencia de las grandes superficies.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cercanía a la clientela.</li> <li>- Experiencia de la persona promotora.</li> <li>- Escasez de empresas competidoras.</li> <li>- Horarios.</li> <li>- Surtido de productos.</li> <li>- Empresas proveedoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo decidido de las administraciones a la creación de empresas.</li> <li>- Importancia del sector comercio en España.</li> </ul>

### Conclusiones

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

#### CORREGIR LAS DEBILIDADES

- Empresa de nueva creación. Una empresa nueva presenta el inconveniente de no disponer de clientes/as habituales que puedan dar a conocer la empresa a través de recomendaciones, o que puedan repetir porque hayan desarrollado fidelidad hacia la empresa.

Para corregirlo, la empresa llevará a cabo las acciones de promoción del negocio y captación de clientela y premiará la fidelidad de la misma. Para ello, pondrá en marcha el Plan de Comunicación definido en el apartado 6.3.



- Dificultad de tesorería. Puede haber dificultades de tesorería en la empresa si no se prevén adecuadamente las necesidades y los flujos de caja. Al tratarse de una empresa de nueva creación y una única persona promotora, las fuentes de financiación iniciales son escasas y las ventas nulas, 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.
- Variaciones en la demanda. La demanda propia de las tiendas de conveniencia es una demanda puntual, determinada por factores horarios y por las necesidades imprevistas de las personas consumidoras. Existe una baja fidelidad a este tipo de comercio debido a que la clientela lo es sólo puntualmente. La empresa afrontará la debilidad ofreciendo un servicio personalizado a la misma de forma que se consiga la fidelidad de las personas consumidoras, al menos para este tipo de compras puntuales y para algunos productos en los que la disponibilidad de horario puede compensar a la clientela por los precios más altos.
- Necesidades de alta rotación. Tal y como se ha comentado, las compras realizadas en el establecimiento serán puntuales. Esto implica que la cesta de la compra será pequeña, lo que puede derivar en una escasa rentabilidad para el negocio. Para corregirlo, se ofrecerá un amplio surtido de productos pero poco profundo.

## MANTENER LAS FORTALEZAS

- Cercanía a la clientela. La tienda de conveniencia se caracteriza por ofrecer sus servicios de forma inmediata a la clientela, tanto en lo que se refiere a la disponibilidad horaria como en distancia física. Es una característica importante de la empresa que ofrecerá satisfacer una necesidad puntual sin obligar a la clientela a realizar un gran desplazamiento. Además, el tamaño del establecimiento permite una venta personalizada a la clientela pero también le otorgará libertad en la compra mediante el autoservicio.
- Experiencia de la persona promotora. El perfil profesional que caracteriza a la persona promotora del negocio supone una garantía de éxito para el mismo, ya que se minimiza parte del riesgo que supone el desconocimiento de ciertas tareas derivadas de la actividad comercial.

- Escasez de competencia. La zona elegida para la ubicación del negocio se caracterizará por su alta densidad poblacional y por la escasez de empresas competidoras directas.
- Horarios. Los horarios del establecimiento van a ser lo más amplios posible pues es lo que va a dar ventaja competitiva respecto de la competencia ejercida por las grandes superficies.
- Surtido de productos. La oferta de productos de la tienda será muy amplia con el fin de satisfacer en la medida de lo posible las necesidades de la clientela de la zona.
- Empresas proveedoras. A través de ferias del sector de la alimentación se tratará de disponer de una amplia cartera de empresas proveedoras con el fin de ofrecer productos de calidad y evitar posibles rupturas de stock.

## EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Apoyo decidido de las administraciones públicas en la creación de empresas. La coyuntura económica actual ha generado una elevada tasa de desempleo. Por ello, gran parte de la inversión pública se está destinando a impulsar el emprendimiento y la creación de empresas, como es el caso del Plan Empleo, Emprendedores/as y Empresa, conocido como Plan 3E. Un acuerdo que nace del consenso entre el Gobierno de Extremadura y los agentes sociales y cuyos objetivos estratégicos se basan en el desarrollo del Pacto Social y Político de Reformas para Extremadura, en la mejora del nivel educativo de los trabajadores y trabajadoras extremeños/as, el apoyo decidido a las personas emprendedoras y a las empresas y la reorientación de la estructura económica hacia sectores productivos.
- Importancia del sector comercio. Como se ha analizado en el apartado 5, el sector comercial y, particularmente, el comercio minorista tiene un peso importante en la economía nacional. Esto redundará en la calidad del entorno y en el impulso de infraestructuras para el desarrollo de la actividad comercial: personas cualificadas, cadena de valor, ayudas financieras, etc.

## AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Marco económico. La actual crisis generalizada y, en particular, la situación económica en la EUROACE, suponen una amenaza para el desarrollo de cualquier actividad empresarial, haciendo desaparecer ayudas, incentivos, disminuyendo la demanda, aumentando los costes, etc.

Para hacer frente a esta amenaza, la empresa tratará de ajustar el margen de beneficios y fijará unos precios moderados en atención a los ya de por sí altos costes de los productos. Además, las acciones de promoción de la empresa se dirigirán a un público objetivo que tenga la posibilidad de optar por unos precios algo mayores a los productos convencionales, siendo por tanto clave la diferenciación del producto como estrategia.

- Demografía. El contexto demográfico de la zona EUROACE es poco favorable ya que presenta un alto nivel de envejecimiento, una baja densidad de población, lo que contribuye al despoblamiento del territorio. La escasa densidad de población de la región supone una amenaza para la empresa, que se basa en la afluencia constante de personas consumidoras. Para hacer frente a la misma, la empresa se ubicará en una zona residencial con una alta densidad de habitantes.
- Competencia de las grandes superficies. Las grandes superficies suponen la mayor competencia en el sector de la alimentación. La tendencia en los hábitos de compra apunta a una compra grande en dos o tres veces al mes, complementada con otros servicios adicionales que ofrecen las grandes superficies: guardería, actividades de ocio, restauración, etc. Para hacer frente a ello, es fundamental reforzar los aspectos que diferencian esta empresa de estos agresivos competidores: principalmente horarios y cercanía.

## 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 proyecto se va a desarrollar en un local comercial en régimen de alquiler, situado en una zona de afluencia de público y residencial de Badajoz. El local cuenta con 200 m<sup>2</sup>, en los que se situarán la zona de venta, la zona de almacén y una pequeña área de oficina para la gestión diaria del negocio por parte de la persona emprendedora.

Será necesario realizar algunas obras de acondicionamiento, tanto externo (rótulos, lunas del escaparate, cierres...), como interno, con el fin de adecuar el establecimiento para el desarrollo de la actividad. Además, la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

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 valor de este apartado es de 18.000 €.

**Equipamiento, Maquinarias y Herramientas:** Dispositivos técnicos directamente relacionados con el proceso productivo. En esta partida se incluirán los siguientes elementos:

- Frigorífico expositor de productos refrigerados, 1.200 €.

- Cámara frigorífica, 1.800 €.
- Cestas autoservicio, 10 €/ud. (20 unidades).
- Expositores y estanterías, 2.000 €.
- Mueble de caja, adquirido de segunda mano, 300 €.

**Utillaje y Mobiliario:** El utillaje de oficina necesario para iniciar la actividad. Esta partida será de 500 €.

En cuanto al mobiliario, será necesario todo aquel destinado a la exposición y almacenamiento de los productos y el necesario para un puesto de trabajo de oficina. Serán los siguientes elementos: Mesa de trabajo, silla de oficina, estanterías y mueble archivador: valorado todo en 2.000 €.

**Equipos Informáticos:** Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, periféricos, impresoras, fax y caja registradora. El coste total es de 1.360 €.

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. El coste será de 1.200 €.

**Fianzas:** Fianza por el arrendamiento del local, equivalente a dos mensualidades, lo que suma un total de 3.000 €.

### 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 aquí la compra del stock inicial de los productos con la siguiente composición:

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD
Pastas, legumbres y arroces	1,00 €/kg	60 kg
Verduras, hortalizas y frutas	1,05 €/kg	12 kg
Conservas, precocinados y congelados	4,50 €/kg	40 kg
Bebidas	0,70 €/litro	110 litros
Lácteos	0,40 €/litro	120 litros
Aceite	1,75 €/litro	120 litros
Pan y harinas	1,10 €/kg	35 kg
Droguería (celulosas)	1,85 €/ud.	100 uds.
Resto droguería	1,80 €/ud.	160 uds.
Perfumería	8,50 €/ud.	60 uds.
Prensa	1,40 €/ud.	60 uds.

El stock inicial será por tanto de 1.742 €.

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

**INVERSIÓN INICIAL**

CONCEPTO	ADQUISICIONES				TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	ADQUISICIÓN A PARTICULARES	Tipo Impuesto Transmisiones	
Adquisición del terreno		21%		7%	0
Edificios y Construcciones	18.000	21%		7%	18.000
Instalaciones		21%		4%	0
Maquinaria		21%		4%	0
Equipamiento	5.200	21%	300	4%	5.500
Mobiliario	2.000	21%		4%	2.000
Utillaje	500	21%		4%	500
Vehículos de transporte		21%		4%	0
Equipos informáticos	1.360	21%		4%	1.360
Otros (proyectos técnicos)		21%		4%	0
<b>Total Inmovilizado Material</b>	<b>27.060</b>		<b>300</b>		<b>27.360</b>
Gastos de I+D (*)		21%		4%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%		4%	0
Aplicaciones informáticas	1.200	21%		4%	1.200
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%		4%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000	21%		4%	3.000
<b>Total Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>4.200</b>		<b>0</b>		<b>4.200</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>			<b>300</b>		<b>31.560</b>
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases)	1.742	8%			1.742
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)					4.982
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.742</b>				<b>1.742</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>33.002</b>		<b>300</b>		<b>33.302</b>
Total IVA SOPORTADO	6.704				6.704
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			12		12
<b>Total Necesidades Iniciales</b>	<b>39.706</b>				<b>40.018</b>
					<b>45.000</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	15.000
En Especie	0
Dinerario	15.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
<b>Recursos Propios</b>	<b>15.000</b>
Deudas bancarias a L/P	30.000
Otras deudas Bancarias	
<b>Recursos Ajenos a L/P</b>	<b>30.000</b>
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
<b>Recursos Ajenos a C/P</b>	<b>0</b>
<b>NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES</b>	<b>45.000</b>

### 1. Recursos propios

Para la financiación de este proyecto, la persona promotora aportará un capital de 15.000 euros que tenía ahorrados.

### 2. Recursos ajenos

Para el resto de los recursos necesarios para la inversión y liquidez se solicitará un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:



**AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO**

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	30.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	600
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	30.000,00
Importe de Intereses:	10.713,64
Coste total operación:	<b>40.713,64</b>
Cuota Mensual (a):	424,10
Cuota Anual	5.089,20
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

### 9.3. Previsiones de ingresos

Para estimar los ingresos, se tendrá en cuenta la demanda de este tipo de comercio y la capacidad productiva del mismo.

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

Durante el primer mes se estima que la demanda será muy escasa, pues la empresa necesitará de un tiempo para captar clientela y establecerse en el mercado. Por tanto, durante este tiempo las ventas equivaldrán a un 20% de la capacidad.

En el segundo mes, las ventas aumentarán levemente hasta alcanzar el 30% de la capacidad.

A partir del tercer mes el negocio será más conocido por las personas que habitan en la zona y comenzarán a notarse los primeros efectos de las campañas de promoción de la empresa, así como el boca a boca de la primera clientela. Para los meses 3, 4, 5 y 6 la empresa empleará el 60% de su capacidad.

Durante los meses 7 y 8 la empresa verá reducido a un 50% el empleo de la capacidad, dado que en estas fechas gran parte de la población se encuentra de vacaciones, realizan menos compras o simplemente se encuentran en otro lugar.

Durante el mes 9, aunque la empresa es ya conocida por la clientela y se va afianzando en el mercado, la vuelta al colegio y otros gastos típicos de estas fechas reducen el gasto en todos los sectores y las compras por capricho y de última hora, por lo que se espera que las ventas no superen el 60% de la capacidad.

En el mes 10 la capacidad utilizada se estima que será de un 80%. Para los meses 11 y 12 la capacidad se utilizará al 100%, impulsada por las acciones de promoción y marketing y porque en estas fechas las compras en alimentación aumentan considerablemente, así como las compras en regalos que afectarán a la línea de perfumería.

A continuación se muestra la previsión de ingresos y consumos del primer año:

HIPOTESIS DE PARTIDA	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11
Nº medio de productos vendidos al mes	219	335	243	487	365	195	195	256	274	183	462
Precio medio por Producto	2,60	3,20	11,00	3,00	1,60	4,50	3,10	4,30	4,50	20,00	2,40
IVA repercutido	8%	4%	8%	8%	4%	8%	4%	21%	21%	21%	4%

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>PASTAS, LEGUMBRES Y ARROCES</b>													
Nº Productos 1	72	108	216	216	216	216	180	180	216	288	360	360	2.628
Precio	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	
Ingresos	187,20	280,80	561,60	561,60	561,60	561,60	468,00	468,00	561,60	748,80	936,00	936,00	<b>6.832,80</b>
Coste Producto	72,00	108,00	216,00	216,00	216,00	216,00	180,00	180,00	216,00	288,00	360,00	360,00	2.628,00
<b>VERDURAS, HORTALIZAS Y FRUTAS</b>													
Nº Productos 2	110	165	330	330	330	330	275	275	330	440	550	550	4.015
Precio	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	
Ingresos	352,00	528,00	1.056,00	1.056,00	1.056,00	1.056,00	880,00	880,00	1.056,00	1.408,00	1.760,00	1.760,00	<b>12.848,00</b>
Coste Producto	115,50	173,25	346,50	346,50	346,50	346,50	288,75	288,75	346,50	462,00	577,50	577,50	4.215,75
<b>CONSERVAS, PRECOCINADOS Y CONGELADOS</b>													
Nº Productos 3	80	120	240	240	240	240	200	200	240	320	400	400	2.920
Precio	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	
Ingresos	880,00	1.320,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.200,00	2.200,00	2.640,00	3.520,00	4.400,00	4.400,00	<b>32.120,00</b>
Coste Producto	360,00	540,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	900,00	900,00	1.080,00	1.440,00	1.800,00	1.800,00	13.140,00
<b>BEBIDAS</b>													
Nº Productos 4	160	240	480	480	480	480	400	400	480	640	800	800	5.840
Precio	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
Ingresos	480,00	720,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.200,00	1.200,00	1.440,00	1.920,00	2.400,00	2.400,00	<b>17.520,00</b>
Coste Producto	112,00	168,00	336,00	336,00	336,00	336,00	280,00	280,00	336,00	448,00	560,00	560,00	4.088,00
<b>LÁCTEOS</b>													
Nº Productos 5	120	180	360	360	360	360	300	300	360	480	600	600	4.380
Precio	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	
Ingresos	192,00	288,00	576,00	576,00	576,00	576,00	480,00	480,00	576,00	768,00	960,00	960,00	<b>7.008,00</b>
Coste Producto	48,00	72,00	144,00	144,00	144,00	144,00	120,00	120,00	144,00	192,00	240,00	240,00	1.752,00
<b>ACEITE</b>													
Nº Productos 6	64	96	192	192	192	192	160	160	192	256	320	320	2.336
Precio	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	
Ingresos	288,00	432,00	864,00	864,00	864,00	864,00	720,00	720,00	864,00	1.152,00	1.440,00	1.440,00	<b>10.512,00</b>
Coste Producto	112,00	168,00	336,00	336,00	336,00	336,00	280,00	280,00	336,00	448,00	560,00	560,00	4.088,00
<b>PAN Y HARINAS</b>													
Nº Productos 7	64	96	192	192	192	192	160	160	192	256	320	320	2.336
Precio	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	
Ingresos	198,40	297,60	595,20	595,20	595,20	595,20	496,00	496,00	595,20	793,60	992,00	992,00	<b>7.241,60</b>
Coste Producto	70,40	105,60	211,20	211,20	211,20	211,20	176,00	176,00	211,20	281,60	352,00	352,00	2.569,60
<b>DROGUERÍA (CELULOSAS)</b>													
Nº Productos 8	84	126	252	252	252	252	210	210	252	336	420	420	3.066
Precio	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	
Ingresos	361,20	541,80	1.083,60	1.083,60	1.083,60	1.083,60	903,00	903,00	1.083,60	1.444,80	1.806,00	1.806,00	<b>13.183,80</b>
Coste Producto	155,40	233,10	466,20	466,20	466,20	466,20	388,50	388,50	466,20	621,60	777,00	777,00	5.672,10
<b>RESTO DROGUERÍA</b>													
Nº Productos 9	90	135	270	270	270	270	225	225	270	360	450	450	3.285
Precio	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	
Ingresos	405,00	607,50	1.215,00	1.215,00	1.215,00	1.215,00	1.012,50	1.012,50	1.215,00	1.620,00	2.025,00	2.025,00	<b>14.782,50</b>
Coste Producto	162,00	243,00	486,00	486,00	486,00	486,00	405,00	405,00	486,00	648,00	810,00	810,00	5.913,00
<b>PERFUMERÍA</b>													
Nº Productos 10	60	90	180	180	180	180	150	150	180	240	300	300	2.190
Precio	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	
Ingresos	1.200,00	1.800,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.000,00	3.000,00	3.600,00	4.800,00	6.000,00	6.000,00	<b>43.800,00</b>
Coste Producto	510,00	765,00	1.530,00	1.530,00	1.530,00	1.530,00	1.275,00	1.275,00	1.530,00	2.040,00	2.550,00	2.550,00	18.615,00
<b>PRENSA</b>													
Nº Productos 11	152	228	456	456	456	456	380	380	456	608	760	760	5.548
Precio	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	
Ingresos	364,80	547,20	1.094,40	1.094,40	1.094,40	1.094,40	912,00	912,00	1.094,40	1.459,20	1.824,00	1.824,00	<b>13.315,20</b>
Coste Producto	212,80	319,20	638,40	638,40	638,40	638,40	532,00	532,00	638,40	851,20	1.064,00	1.064,00	<b>7.767,20</b>

INGRESOS POR VENTAS	4.908,60	7.362,90	14.725,80	14.725,80	14.725,80	14.725,80	12.271,50	12.271,50	14.725,80	19.634,40	24.543,00	24.543,00	179.163,90
Iva repercutido	604,01	906,01	1.812,02	1.812,02	1.812,02	1.812,02	1.510,02	1.510,02	1.812,02	2.416,02	3.020,03	3.020,03	22.046,22
Facturado a clientes	5.512,61	8.268,91	16.537,82	16.537,82	16.537,82	16.537,82	13.781,52	13.781,52	16.537,82	22.050,42	27.563,03	27.563,03	201.210,12
Cobros del periodo	5.512,61	8.268,91	16.537,82	16.537,82	16.537,82	16.537,82	13.781,52	13.781,52	16.537,82	22.050,42	27.563,03	27.563,03	201.210,12
Cobros periodos anteriores		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>5.512,61</b>	<b>8.268,91</b>	<b>16.537,82</b>	<b>16.537,82</b>	<b>16.537,82</b>	<b>16.537,82</b>	<b>13.781,52</b>	<b>13.781,52</b>	<b>16.537,82</b>	<b>22.050,42</b>	<b>27.563,03</b>	<b>27.563,03</b>	<b>201.210,12</b>

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

## 9.4. Costes de producción

Los costes de producción en los que se incurren, serán los costes de compra de los productos para su posterior venta.

### COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos
Pastas, legumbres y arroces	1,00	2.628,00	2.628,00
Verduras, hortalizas y frutas	1,05	4.015,00	4.215,75
Conservas, precocinados y congelados	4,50	2.920,00	13.140,00
Bebidas	0,70	5.840,00	4.088,00
Lácteos	0,40	4.380,00	1.752,00
Aceite	1,75	2.336,00	4.088,00
Pan y harinas	1,10	2.336,00	2.569,60
Droguería (celulosas)	1,85	3.066,00	5.672,10
Resto droguería	1,80	3.285,00	5.913,00
Perfumería	8,50	2.190,00	18.615,00
Prensa	1,40	5.548,00	7.767,20
			70.448,65
			<b>TOTAL</b>

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

### Gastos generales

Los principales costes en lo que se incurre son:

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>	<b>1.930,0</b>	<b>2.895,2</b>	<b>5.790,3</b>	<b>5.790,3</b>	<b>5.790,3</b>	<b>5.790,3</b>	<b>4.825,3</b>	<b>4.825,3</b>	<b>5.790,3</b>	<b>7.720,4</b>	<b>9.650,5</b>	<b>9.650,5</b>	<b>70.448,6</b>
materias primas, materiales, productos...	1.930,0	2.895,2	5.790,3	5.790,3	5.790,3	5.790,3	4.825,3	4.825,3	5.790,3	7.720,4	9.650,5	9.650,5	70.448,6
<b>Gastos fijos:</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>2.840,0</b>	<b>34.080,0</b>
Promoción comercial	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	2.400,0
Servicios Exteriores	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	2.400,0
Suministros	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	7.200,0
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	360,0
Seguros	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	3.600,0
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros													0,0
Gastos I+D													0,0
Alquileres	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	18.000,0
Gastos diversos (otros tributos...)	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	120,0
<b>TOTAL GASTOS y compras</b>	<b>4.770,0</b>	<b>5.735,2</b>	<b>8.630,3</b>	<b>8.630,3</b>	<b>8.630,3</b>	<b>8.630,3</b>	<b>7.665,3</b>	<b>7.665,3</b>	<b>8.630,3</b>	<b>10.560,4</b>	<b>12.490,5</b>	<b>12.490,5</b>	<b>34.080,0</b>
Iva soportado	555,5	632,7	864,3	864,3	864,3	864,3	787,1	787,1	864,3	1.018,7	1.173,1	1.173,1	10.449,1
Total Pagos	5.325,5	6.367,9	9.494,6	9.494,6	9.494,6	9.494,6	8.452,4	8.452,4	9.494,6	11.579,1	13.663,6	13.663,6	114.977,6

## Gastos de personal

El gasto de personal incluye el sueldo de la persona emprendedora, establecido en un salario menor de lo que corresponde para no incrementar excesivamente los costes del primer año.

Así mismo, se incluyen los costes del personal que se va a contratar conforme al Convenio aplicable.

Los costes de personal para el primer año serán 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>Trabajador/a 1</b>													
Salario Bruto trabajador/a	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	11.820
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	3.901
<b>Coste empresa</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>15.721</b>
<b>Trabajador/a 2</b>													
Salario Bruto trabajador/a	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	11.820
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	3.901
<b>Coste empresa</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>15.721</b>
<b>Trabajador/a 3</b>													
Salario Bruto trabajador/a	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	11.820
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	3.901
<b>Coste empresa</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>1.310</b>	<b>15.721</b>
<b>Autónomo/a</b>													
Salario Bruto	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Seguridad Social (260 €)	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
<b>Coste trabajador/a autónomo/a</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>17.520</b>
<b>COSTE EMPRESA TOTAL</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>5.390</b>	<b>64.682</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	1.200	5	240
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>840</b>
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	18.000	50	360
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	5.500	15	367
Mobiliario	2.000	15	133
Utrillaje	500	4	125
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	1.360	5	272
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
<b>TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL</b>			<b>1.257</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 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
<b>COBROS:</b>													
Cobros de las ventas		5.512,6	8.268,9	16.537,8	16.537,8	16.537,8	16.537,8	13.781,5	13.781,5	16.537,8	22.050,4	27.563,0	27.563,0
Prestamo a Corto Plazo		6.000,0											
Préstamo a Largo Plazo	30.000,0												
Subvenciones cobradas	0,0												
Otros (detallar)	0,0												
Aportaciones de los socios (Capital Soc)	15.000,0												
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>45.000,0</b>	<b>11.512,6</b>	<b>8.268,9</b>	<b>16.537,8</b>	<b>16.537,8</b>	<b>16.537,8</b>	<b>16.537,8</b>	<b>13.781,5</b>	<b>13.781,5</b>	<b>16.537,8</b>	<b>22.050,4</b>	<b>27.563,0</b>	<b>27.563,0</b>
<b>PAGOS:</b>													
Pagos sueldos		5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2	5.390,2
Pago compras y gastos generales		5.325,5	6.367,9	9.494,6	9.494,6	9.494,6	9.494,6	8.452,4	8.452,4	9.494,6	11.579,1	13.663,6	13.663,6
Pago IVA a Hacienda								2.843,1			2.393,5		
Devolución capital préstamos		224,1	225,6	227,1	228,6	230,1	231,7	233,2	234,8	236,3	237,9	239,5	6.241,1
Pago intereses	600,0	355,0	230,7	226,3	222,0	217,6	213,1	208,7	204,2	199,7	195,2	190,6	186,0
Pago de las inversiones	40.018,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>40.618,1</b>	<b>11.294,8</b>	<b>12.214,3</b>	<b>15.338,2</b>	<b>15.335,4</b>	<b>15.332,5</b>	<b>15.329,6</b>	<b>17.127,5</b>	<b>14.281,5</b>	<b>15.320,8</b>	<b>19.795,8</b>	<b>19.483,9</b>	<b>25.480,9</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>4.381,9</b>	<b>217,9</b>	<b>-3.945,4</b>	<b>1.199,6</b>	<b>1.202,5</b>	<b>1.205,3</b>	<b>1.208,2</b>	<b>-3.346,0</b>	<b>-500,0</b>	<b>1.217,0</b>	<b>2.254,6</b>	<b>8.079,1</b>	<b>2.082,1</b>
<b>SALDO FINAL DE TESORERÍA</b>	<b>4.381,9</b>	<b>4.599,8</b>	<b>654,4</b>	<b>1.854,0</b>	<b>3.056,5</b>	<b>4.261,8</b>	<b>5.470,1</b>	<b>2.124,1</b>	<b>1.624,1</b>	<b>2.841,1</b>	<b>5.095,7</b>	<b>13.174,8</b>	<b>15.256,9</b>

Para cubrir los meses en los que el flujo de caja es negativo, se prevé la solicitud de un crédito a corto plazo con las siguientes características:

### AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	6.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	120
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	6.000,00
Importe de Intereses:	229,93
Coste total operación:	<b>6.229,93</b>
Cuota Mensual (a):	519,16
Cuota Anual	6.229,93
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

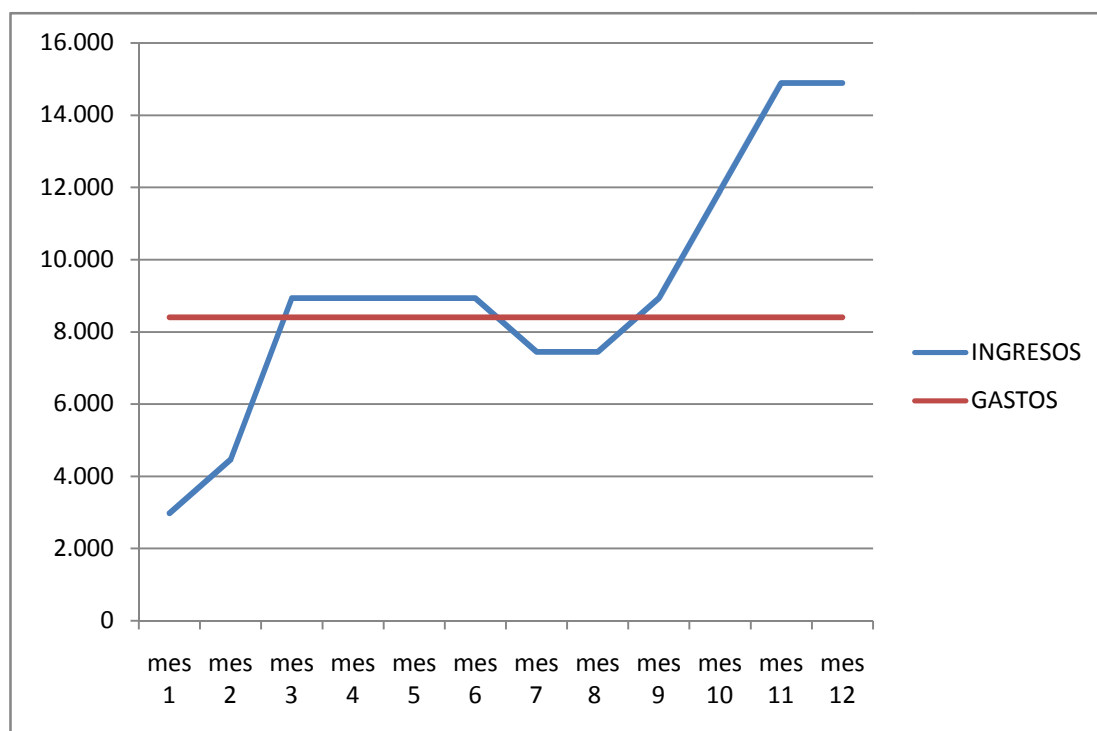
## 9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

Cuentas de resultados mensuales el primer año del proyecto:

### 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	4.909	7.363	14.726	14.726	14.726	14.726	12.272	12.272	14.726	19.634	24.543	24.543	179.164
CONSUMOS	0	1.930	2.895	5.790	5.790	5.790	5.790	4.825	4.825	5.790	7.720	9.651	9.651	70.449
margen bruto	0	2.979	4.468	8.936	8.936	8.936	8.936	7.446	7.446	8.936	11.914	14.893	14.893	108.715
Gastos de personal	0	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	5.390	64.682
Gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos	12	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	34.092
Amortizaciones	0	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	2.097
Total gastos	12	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	8.405	100.871
Beneficio antes de impuestos e intereses	-12	-5.426	-3.937	531	531	531	531	-959	-959	531	3.509	6.488	6.488	7.844
Gastos financieros	600	355	231	226	222	218	213	209	204	200	195	191	186	3.249
Beneficio antes de impuestos	-612	-5.781	-4.168	304	309	313	317	-1.167	-1.163	331	3.314	6.297	6.302	4.595
IRPF (al 20 %)														919
RESULTADO DEL EJERCICIO	-612	-5.781	-4.168	304	309	313	317	-1.167	-1.163	331	3.314	6.297	6.302	3.676

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>29.463</u>	Resultado del Ejercicio	3.309
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	368
Edificios y Construcciones	18.000	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>18.676</u>
Equipamiento	5.500	Préstamos bancarios a largo	24.188
Mobiliario	2.000	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>24.188</u>
Utillaje	500		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	1.360		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-1.257	Préstamos bancarios a corto plazo	3.022
<u>Inmovilizado material</u>	<u>26.103</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	5.091
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor por IRPF)	919
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.200		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-840		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>3.360</u>		
Existencias, materias primas...	1.742		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	5.434		
Clientes	0		
Tesorería	15.257		
<u>Activo corriente</u>	<u>22.433</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>9.032</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>51.896</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>51.896</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	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,48
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	13.401,64
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	1,78
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	4,38%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,56
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	15,12%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	20%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	2%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0,00
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0,00
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	100.858,80

En esta tabla el dato más importante lo refleja el punto de equilibrio que se alcanza con un volumen de ventas de 100.858,80 €. A partir de este punto, las ventas comenzarán a generar beneficios para la empresa.

EL objetivo de la empresa es llegar a emplear el 100% de la capacidad de la tienda en 5 años. En las siguientes tablas se muestran las previsiones para los siguientes cinco años. En el segundo año se espera ocupar el 70% de la capacidad productiva de la empresa, en el tercer año el 80%, en el cuarto año el 90% y en el quinto año el 100% de la misma.

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	15,14%	14,30%	12,40%	11,20%
Crecimiento de la cifra de consumos	15,14%	14,30%	12,40%	11,20%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Crecimiento del Beneficio Neto	83,37%	47,80%	32,02%	24,50%

Como se puede observar en la tabla anterior, la capacidad productiva del segundo año genera un crecimiento de la cifra de ventas del 15,14%, en el tercer año un 14,30%, en el cuarto año un 12,40% y en el quinto año un 11,20%.

Al mismo tiempo, se puede observar como el crecimiento de la cifra de consumos es idéntico al crecimiento de la cifra de ventas para cada uno de los distintos años.

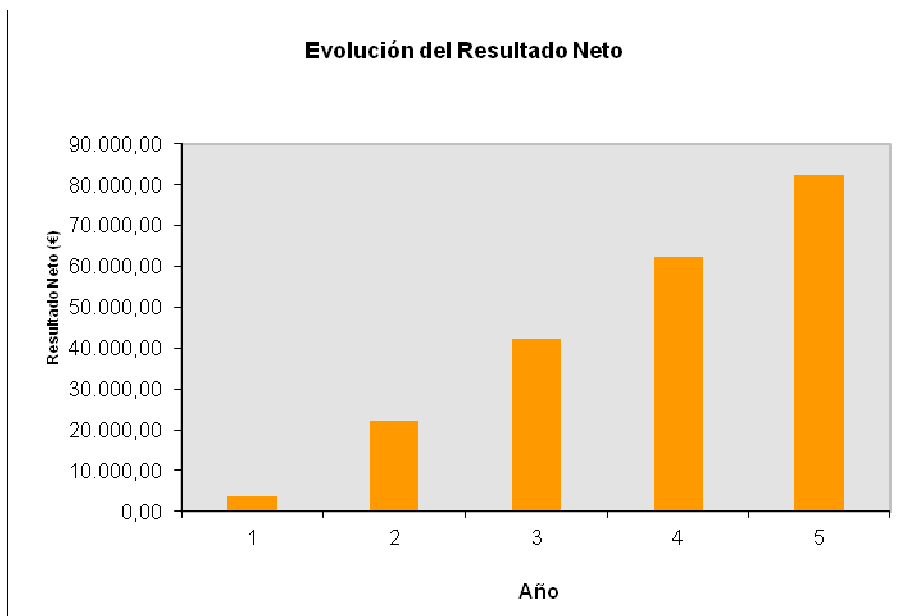
Para el crecimiento de la cifra de gastos de personal de cada uno de los distintos años, se ha tenido en cuenta la evolución del IPC, por lo que el crecimiento es de un 2% cada año.

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
<b>INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>	179.163,90	206.289,31	235.788,69	265.026,48	294.709,45
Consumos	70.448,65	72.562,11	74.738,97	76.981,14	79.290,58
margen bruto	108.715,25	133.727,20	161.049,71	188.045,34	215.418,87
% margen bruto sobre ventas	0,61	0,65	0,68	0,71	0,73
Gastos de personal	64.681,80	65.975,44	67.294,94	68.640,84	70.013,66
Gastos variables mensualmente:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de activos	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00
Gastos fijos:	34.092,00	34.773,84	35.469,32	36.178,70	36.902,28
<b>Total gastos</b>	<b>100.870,80</b>	<b>102.846,28</b>	<b>104.861,26</b>	<b>106.916,55</b>	<b>109.012,94</b>
<b>Beneficio antes de impuestos e intereses</b>	<b>7.844,45</b>	<b>30.880,93</b>	<b>56.188,45</b>	<b>81.128,79</b>	<b>106.405,94</b>
Gastos financieros	3.249,10	3.249,10	3.249,10	3.249,10	3.249,10
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>4.595,35</b>	<b>27.631,83</b>	<b>52.939,35</b>	<b>77.879,70</b>	<b>103.156,84</b>
IRPF (20%)	919,07	5.526,37	10.587,87	15.575,94	20.631,37
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>3.676,28</b>	<b>22.105,47</b>	<b>42.351,48</b>	<b>62.303,76</b>	<b>82.525,47</b>

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 Estudio del mercado y condiciones. Duración estimada 2 meses.
- 2 Búsqueda de financiación ajena. Duración estimada: 6 meses.
- 3 Campaña de marketing inicial. Duración estimada 6 meses.
- 4 Búsqueda y contacto con empresas proveedoras. Duración estimada 3 meses.
- 5 Contrato de arrendamiento y acondicionamiento del local. Duración estimada 3 meses.
- 6 Búsqueda y selección de personal. 3 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al año 0.

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

1	Estudio de mercado
2	Búsqueda de financiación ajena
3	Campaña de marketing inicial
4	Búsqueda de empresas proveedoras
5	Contrato de arrendamiento y acondicionamiento del local
6	Búsqueda y selección de personal

Responsables de las actividades: La persona promotora será la responsable de desarrollar las distintas actividades detalladas anteriormente.





## 10.2. Guía de trámites

## GUÍA DE TRAMITACIÓN ITINERARIO 1. Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades que no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Autorizaciones y Comunicaciones Ambientales, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se recoge la posibilidad de que sean necesarias obras o no, sin opción a calificación urbanística.

**ACTIVIDAD:** Comercio menor de artículos de droguería y limpieza, perfumería y cosméticos de toda clase, productos químicos en general, hierbas y plantas en herbolarios (652.2, 652.3, 652.4).

Esta actividad no se encuentra recogida en ninguno de los anexos del Decreto 54/2011, que aprueba el reglamento de Evaluación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Extremadura, por lo que no procede someterse a Evaluación de Impacto Ambiental.

## 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



**Documentación:**

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

**Organismo:** Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

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

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

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

**Documentación:**

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

**Organismo:** Administración de la Agencia Tributaria.

**5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados**

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

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

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

**Documentación:**

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

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

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

## 6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad

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

### Documentación:

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

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

## 7. Solicitud de NIF Definitivo

**Documentación:**

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

**Organismo:** Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

**Plazo:** 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

## 8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas

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

### Documentación:

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

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

### Tasa: Exenciones de pago:

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

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

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

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

## 9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

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

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

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

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

Empresario individual:

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

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

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

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

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

## 10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

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

### Documentación:

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

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

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

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

**Documentación:** Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.

- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

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

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

## 11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo

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

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

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

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

## 12. Comunicación de contratos trabajadores

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

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

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

Con objeto de evitar una inversión inútil, es recomendable 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 Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma [www.ideextremadura.es](http://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).

**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 se hará mediante declaración responsable.

Esta actividad se encuentra 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 500 m<sup>2</sup> de superficie útil de exposición y venta al público y obra de adaptación sin necesidad de proyecto de obra. 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 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. Declaración Responsable del inicio de la actividad

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

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

**Documentación:** (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.

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

**Resultado:** Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

**Normativa:**

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

- Ordenanzas Municipales.

#### 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 Industrial

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

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

**Organismo:** Dirección General de Industria y Energía.

**Documentación:**

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro Industrial, 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**

Dentro de los productos químicos se encuentran los biocidas. Cuando se trate de comercio menor de biocidas exclusivamente para uso por público en general o para higiene humana, no será necesaria la realización de ningún trámite específico. Sin embargo, cuando además se comercialicen biocidas para su uso por personal profesional o profesional especializado, deberán inscribirse en el **Registro Oficial de Establecimientos y Servicios Plaguicidas de Extremadura** (Decreto 9/2002, de 29 de enero, por el que se establece la normativa aplicable relativa a los establecimientos y servicios plaguicidas en la Comunidad Autónoma de Extremadura. DOE nº 15, de 5 de febrero de 2002).



## 11. Mapa de actividad

### NEGOCIOS DE CONVENIENCIA

**MAPA ITINERARIO 1: ACTIVIDAD INOCUA- Comercio menor de artículos de droguería y limpieza, perfumería y cosméticos de toda clase, productos químicos en general, hierbas y plantas en herbolarios (652.2, 652.3, 652.4)**

