



#plandenegocio

**bar - cafetería
con concepto innovador**

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	7
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	9
3.1. Persona promotora 1	9
3.2. Persona promotora 2	10
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	11
4.1. Características de la oferta	11
4.2. Aspectos Diferenciales.....	13
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface	14
4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca	15
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	16
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado	16
5.2. Análisis del entorno.....	20
5.3. Análisis de la demanda.....	24
5.4. Análisis de la competencia.....	26
6. PLAN DE MARKETING.....	28
6.1. Establecimiento de precios	28
6.2. Canales de Distribución	29
6.3. Comunicación y promoción.....	30
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....	32
7.1. Recursos físicos.....	32
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones	32
7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios	33
7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio.	34
7.2. Recursos humanos	35
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa	35
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo	35
7.2.3. Gestión de los recursos humanos	36
7.3. Forma jurídica	37
8. ANÁLISIS DAFO.....	39
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	42
9.1. Inversión inicial	42

9.1.1. Activo no corriente.....	42
9.1.2. Activo corriente.....	44
9.2. Fuentes de financiación	46
9.3. Previsiones de ingresos	48
9.4. Costes de producción	50
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	51
9.6. Previsión de tesorería	54
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	56
10. PLAN DE ACCIÓN	61
10.1. Planificación de actividades	61
10.2. Guía de trámites	64
11. MAPA DE ACTIVIDAD	86

1. Resumen ejecutivo

En este proyecto se describe la creación de un bar con servicio de cafetería con un concepto novedoso e innovador: se cobrará una tarifa plana por los servicios y éstos se presentarán en forma de buffet de comida, de tal manera que la clientela pueda confeccionarse sus propios platos con los ingredientes que se pongan a su disposición cada día.

Lo que se pretende de esta manera es aprovechar la búsqueda de nuevas alternativas de ocio por parte la sociedad, aunando los conceptos de la hostelería y restauración con la afición por la cocina y por la buena gastronomía. Esto, unida a la gran tradición gastronómica existente en la eurozona conformada por la comunidad de Extremadura y los territorios lusos de Alentejo y Centro convierten este negocio en una buena oportunidad. Por otra parte, el turismo entre estas tres zonas transfronterizas es cada vez más importante y se está viendo favorecido por numerosas iniciativas por parte de la administración pública que tratan de impulsarlo.

El resultado de estos factores es el planteamiento de un negocio que ofrece cuatro turnos de comida diarios: desayunos, almuerzos, meriendas y cenas. En todos ellos, se ofrecerán productos de calidad de la zona y se pondrán a disposición de la clientela los medios necesarios para que por sí sola se confeccione su plato. Una vez en la zona de buffet, zona en la que podrá seleccionar sus ingredientes y cocinarlos, tendrá la opción de tomar cuantos alimentos desee sin límite, bajo la fórmula de la tarifa plana.

Esta iniciativa va a ser emprendida por un equipo joven de dos miembros, que se constituirán como Sociedad Limitada (SL). La primera persona promotora del negocio ha cursado sus estudios en una escuela de hostelería de Extremadura y ha aprendido diferentes técnicas culinarias en diversos restaurantes en los que ha trabajado. Los últimos años de su trayectoria profesional los ha desarrollado como jefe/a de cocina de un restaurante de Mérida.

La segunda persona promotora del negocio es natural de Portugal, y lleva varios años viviendo en Extremadura. Tiene gran experiencia en el sector de la hostelería y la restauración y destaca por su amplio conocimiento de la cultura gastronómica portuguesa y española.

La estructura organizativa de la empresa incluye tres áreas:

- Área de gestión del negocio. Se incluye tareas como el establecimiento de precios, negociación con proveedores, facturación, etc.
- Área de producción. Se basa en el diseño de la oferta de alimentos, la adquisición de la materia prima, elaboración de la comida y presentación de los platos.
- Área de atención a la clientela. Se desarrolla en la sala y se basa en la recepción de la clientela y las tareas derivadas de la zona de buffet y de barra.

La empresa contará en su plantilla de personal con un/a cocinero/a, un/a maître, un/a ayudante de cocina y dos camareros/as. Los puestos de cocinero/a y maître serán desempeñados por las personas promotoras.

La empresa se situará en un local ubicado en Badajoz (Extremadura), en un lugar cercano a la zona histórica monumental, con un amplio tránsito de peatones y afluencia de clientes potenciales y público objetivo del presente proyecto. El local tendrá una superficie de 200 m² distribuidos en tres zonas separadas: Zona de buffet, que comprende el espacio del local destinado a la puesta a disposición de los alimentos y a la zona en la que la clientela podrá confeccionar sus platos; Zona de comida. Es la zona en la que se consumirán los alimentos; y Zona de trabajo. Esta zona es donde se preparan los ingredientes y los alimentos que se van a exponer en la zona buffet.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere **una inversión inicial de 130.251 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 145.000 €, de los que 60.000 € será aportado por el equipo emprendedor en forma de capital social de la empresa y los restantes 85.000 € se cubrirán mediante la solicitud de un préstamo bancario a largo plazo. El primer año, el negocio ya tiene un **resultado esperado antes de impuestos e intereses (BAII)** positivo de **17.454,80 €**. **En el quinto año el BAII alcanzará los 416.998,36 €**. El punto de equilibrio se consigue con un volumen de ingresos de 147.925,09 €.

Tal y como puede comprobarse, aunque la inversión inicial requerida es elevada, , principalmente provocada por las obras acondicionamiento del local y la adquisición de equipamiento necesario para el desempeño de la actividad, los índices de rentabilidad de este tipo de actividades son muy atractivos así como las expectativas

de crecimiento potencial siendo la búsqueda de fidelización y especialización como claves de éxito.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

Actualmente, el sector de la hostelería necesita renovarse y apostar por nuevos conceptos de negocio si quiere subsistir en unos momentos de desaceleración económica.

El negocio que se propone no es un bar-cafetería tradicional, sino que trata de fundir la pasión por la cocina tan de moda actualmente, con la tradición de la gastronomía extremeña y portuguesa.

Para ello, se pondrá a disposición de la clientela dos tipos de servicios: servicio de cafetería, que incluye desayunos y meriendas y servicio de bar: que incluye almuerzos, aperitivos y cenas. Pero lo hará de un modo novedoso: ofrecerá un buffet de ingredientes de calidad para que sean los/as propios/as consumidores/as quienes se preparen sus platos.

En España se está viviendo actualmente una tendencia hacia la cocina. Programas y concursos gastronómicos televisivos han contribuido notablemente a extender la pasión por la cocina a un público más amplio.

Por otra parte, la zona Euroace goza de gran tradición gastronómica. Esta zona tiene su base culinaria en su historia; así, los romanos le aportaron el ajo y el aceite. Los árabes el pan y las especias. Cántabros, astures, castellanos y otros pueblos aportaron sus propias singularidades; dando base a una cocina con personalidad propia. Extremadura, al no tener salida al mar, ofrece platos fundamentalmente cárnicos (principalmente, cerdo ibérico, cordero, cabrito y carne de caza), además de una importante variedad de hortalizas. La apertura a través de la Vía de la Plata la hizo conocer en el resto de España y recoger las tradiciones y gustos gastronómicos de otras regiones; sobre todo, las regiones colindantes. También tiene una gran variedad de quesos producidos con leche de oveja o de cabra en las zonas de La Serena, Ibores, Acehúche y un queso denominado torta de Casar que tiene una amplia aceptación en todo el territorio nacional por su calidad y peculiaridad.

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

acompaña tradicionalmente con ajo, chorizo, tocino y pimienta; entre otros ingredientes).

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

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

Las nuevas tendencias gastronómicas de la población, así como la tradición de la cocina extremeña y portuguesa proporcionan una oportunidad que se pretende aprovechar con la puesta en marcha de un negocio innovador como éste.

3. Equipo emprendedor

El equipo emprendedor está formado por dos personas jóvenes apasionadas por la gastronomía que se asocian para constituir una SL cuya participación aún no está definida en su integridad.

La Sociedad Limitada es una sociedad de carácter mercantil en la que el Capital Social, que se divide en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, se integrará por las aportaciones de todos/as los/as socios/as, quienes responderán personalmente de las deudas sociales. Éste no podrá ser inferior a los 3.000 euros y deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.

Contará con una Junta General de socios, que será el órgano deliberante que expresa en sus acuerdos la voluntad social y cuya competencia se extiende a aspectos como la modificación de los estatutos sociales, el aumento o reducción de Capital Social o la disolución de la sociedad.

Los Administradores serán el órgano ejecutivo y representativo a la vez, que lleva a cabo la gestión administrativa diaria de la empresa social.

3.1. Persona promotora 1

La primera persona promotora del negocio tiene 35 años y es natural de Extremadura. Se trata de una persona que ha cursado sus estudios en una escuela de hostelería de Extremadura. Posteriormente ha estado aprendiendo diferentes técnicas culinarias en diversos restaurantes en los que ha trabajado, primero como pinche de cocina, y los últimos años como jefe/a de cocina de un restaurante de Mérida.

Es un/a gran apasionado/a de la cocina. Ha realizado varios cursos de cocina especializada: cocina vegetariana, repostería, cupcakes, etc.

En cuanto a sus cualidades personales destacan la creatividad, paciencia, creatividad y dedicación.

Su espíritu emprendedor movió a esta persona a realizar un curso de creación y gestión de empresas.

3.2. Persona promotora 2

La segunda persona promotora del negocio es natural de Portugal y lleva varios años viviendo en Extremadura. Tiene 30 años y gran experiencia en el sector de la hostelería y la restauración.

Esta persona destaca por su amplio conocimiento de la cultura gastronómica portuguesa y española. Desde muy joven comenzó a trabajar en el sector de la hostelería y la restauración. Sus primeros trabajos se desarrollaron en hoteles rurales de Portugal, principalmente sirviendo mesas en los restaurantes de dichos hoteles y asistiendo en la cocina. Cuando se mudó a España, comenzó a trabajar principalmente en servicios de catering para eventos, siendo la persona que coordinaba el servicio en mesa.

Desde entonces, ha asistido a diversos cursos, entre los que destacan un curso de Gestión de Establecimientos Turísticos, atención al cliente y otro sobre Nuevas Tecnologías Aplicadas al Sector Turístico.

Entre sus cualidades personales se encuentran la proactividad, confianza en sí mismo/a y atención al detalle.

Cuenta además con una gran capacidad para asumir labores comerciales, trabajo en equipo y además de su lengua materna, habla dos idiomas más: español, e inglés.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La actividad principal de la empresa va a consistir en ofrecer los servicios propios de un bar-cafetería pero a través de un modelo de negocio diferente. Para ello, la oferta va a clasificarse en dos servicios principales:

SERVICIO DE BAR

Incluye almuerzo, cena y aperitivos. Este servicio estará disponible a diario desde las 12.00 hasta las 17.00 y desde las 20.00 hasta las 24.00.

Se ofrecerá un buffet de alimentos crudos y otros cocinados, de tal manera que sea la clientela la que decida cómo configurar sus platos y/o tapas. Para ello, los ingredientes se distribuirán en recipientes con el indicativo de su nombre y su descripción. Además, junto a cada grupo de alimentos se mostrará la receta de la tapa del día recomendada.

En la zona de buffet habrá seis islas equipadas con lo necesario para el cocinado de los alimentos: planchas y parrillas para el cocinado de carne y pescado y mini-hornos. Además, se pondrá a disposición de la clientela cafeteras, microondas, tostadoras, exprimidor de frutas para hacer zumos naturales y batidora.

SERVICIO DE CAFETERÍA

Incluye desayunos y meriendas. Este servicio estará disponible a diario desde las 8.00 hasta las 12.00 y desde las 17.00 hasta las 20.00.

Al igual que en el servicio de bar, se incluirá una amplia gama de alimentos tanto dulces como salados apropiados para desayunos y meriendas. Para los desayunos se servirá principalmente una gran variedad de panes propios de la eurozona.

En las meriendas además, de otros alimentos, se pondrá a disposición de los/as usuarios/as diversos tipos de masas dulces, a los que se le podrá añadir diferentes tipos de alimentos tales como: canela, chocolate, fruta, etc. para su posterior horneado. También se ofrecerán estas masas ya horneadas. Las bebidas no estarán incluidas en este tipo de servicio.

El conjunto de alimentos en los que va a estar basada la oferta va a provenir principalmente de la zona EUROACE. Además, se pondrá especial atención en que en cada servicio se disponga una sección de alimentos sin gluten.

4.2. Aspectos Diferenciales

Las principales ventajas diferenciales con respecto a las empresas competidoras van a radicar en los siguientes aspectos:

- Concepto novedoso. No se trata de un bar-cafetería tradicional, sino que ofrece un servicio diferente al permitir a los usuarios y las usuarias desarrollar sus cualidades culinarias a través de la confección de sus propios platos.
- Precio. Se pagará una tarifa plana por servicio que incluirá la utilización de todos los ingredientes disponibles en el buffet sin límite.
- Aprovechamiento de los recursos endógenos de la región Euroace, al basar la oferta gastronómica en los alimentos originarios de la eurozona.
- Decoración del local, que será fresca y actual e invitará a entrar y disfrutar de la experiencia.
- Sección de alimentos sin gluten. En la actualidad hay muchas personas que padecen celiaquía, lo que les provoca una intolerancia permanente al gluten. (Se calcula que en España existen más de 400.000 personas con esta enfermedad)

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

Las necesidades que se pretenden satisfacer en la población objetivo de este negocio son fundamentalmente las siguientes:

- Necesidad de alimentación sana y creativa.
- Necesidad de probar los productos de la región.
- Necesidad de realizar una actividad de ocio y divertida en un lugar creativo y diferente.
- Necesidad de dar salida a la afición por la cocina, al dar la posibilidad de confeccionar los platos a través de la selección de la gran variedad de ingredientes.
- Necesidad de precios económicos, sabiendo que no hay necesidad de limitarse en la elección de los alimentos al pagar una tarifa única.
- Necesidad de contar un lugar de confianza, en el que puedes encontrar una gran oferta gastronómica para cada momento del día.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca

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

La vigente Ley de Propiedad Intelectual es el Texto Refundido aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-8930

En él se detallan los requisitos para la explotación de las obras objeto de derechos de propiedad intelectual, como es el de comunicación pública de éstas, cuyo ejercicio exclusivo corresponde al autor o titular de la obra o prestación, si bien en España y en todos los países del entorno dichos derechos pueden estar gestionados por entidades legalmente constituidas, por cuenta y en interés de un colectivo de autores u otros titulares de derechos de propiedad intelectual.

Cabe destacar la importancia que desempeña un sistema eficaz de protección de los derechos de propiedad intelectual:

1. La creación de acuerdos equilibrados con las entidades de gestión
2. La difusión de las implicaciones de la vigencia de estos derechos y su sistema de gestión en las actividades de prestación de servicios desarrolladas por el sector
3. El impulso iniciativas que permitan un sistema que centralice en el mayor grado posible el cumplimiento de sus obligaciones por los usuarios del sector turístico.

El equilibrio entre los intereses que representan los sectores usuarios de los derechos de propiedad intelectual y las entidades de gestión de éstos, es necesario buscarlo en el proyecto de Ley de Propiedad Intelectual. La nueva regulación tendrá como objetivo una regulación atenta a las claves digitales y a la nueva dimensión de la propiedad intelectual en la era digital así como el desarrollo de un marco de seguridad jurídica. Para la consecución de dichos objetivos, se impulsará una regulación de la propiedad intelectual que se adapte plenamente a las necesidades del siglo XXI.

5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

Según información publicada en la web Marca España del Gobierno de España, el sector de la gastronomía y alimentación destaca por aspectos tales como los siguientes:

- La **dieta mediterránea**, de la que España es uno de los primeros exponentes mundiales, figura inscrita en la **lista de bienes del Patrimonio Inmaterial** de la UNESCO desde 2010.
- España es el primer **consumidor mundial de cerveza sin alcohol**.
- España es el segundo país con más **bares por habitante**.
- Algunos de los mejores **chefs y restaurantes del mundo** son españoles (Ferrán Adrià ha sido designado mejor chef del mundo de la última década y su restaurante, El Bulli, junto a El Celler de Can Roca (segundo en 2011), han sido considerados los mejores restaurantes del mundo durante los últimos años). Elena Arzak ha sido elegida la mejor chef femenina del mundo Veuve Clicquot.
- Los/as grandes chefs españoles/as son los/as **pioneros/as de la cocina creativa y moderna** y se han establecido por todo el mundo, donde gozan de un gran prestigio.
- España es el **quinto país del mundo en número de estrellas Michelin**, por detrás de Francia, Japón, Alemania e Italia.
- España es el único país con una **Universidad Culinaria, el Basque Culinary Center** en Mondragón, gestionado por todos/as los/as cocineros/as más prestigiosos de España con estrella Michelin.
- Los **aceites españoles** ocupan los primeros lugares en calidad en todos los concursos mundiales que se celebran en la especialidad.
- Los **vinos tienen un reconocimiento internacional y se sitúan entre los mejores del mundo**. España es el país del mundo con **mayor superficie de viñedos plantados** y el **segundo exportador mundial de vino**, sólo por detrás de Italia.
- Los **quesos españoles** ocupan un lugar destacado en el mundo: en el campeonato mundial de 2010, el llamado **World Champion Cheese Contest** celebrado durante en Wisconsin (USA), obtuvieron **la medalla de oro en tres de las categorías** del certamen.

Todos estos factores hacen que la gastronomía española no sólo sea valorada a nivel nacional, sino también a nivel internacional. Además, concursos televisivos sobre cocina y gastronomía están favoreciendo la importancia de la cocina y la dieta entre la sociedad española.

Por otra parte, el sector de la restauración (restaurantes, cafeterías, bares y colectividades), representa el 6% del PIB con una producción de 102.713 millones de euros, correspondientes a los 283.732 establecimientos censados.

Estos datos vienen dados por el Estudio “Los Sectores de la Hostelería en 2012” de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR).

Según esta misma fuente, el número medio de trabajadores/as afiliados/as a la Seguridad Social con alta en hostelería fue de 1.397.802 personas en el mes de mayo, según los datos del Ministerio de Empleo. En el régimen general se superó el millón de trabajadores/as, en concreto fueron 1.067.305 afiliados/as, lo que supone un 6,1% más que en el mismo mes de 2013, que se traduce en 60.960 trabajadores/as más. Los/as 330.497 restantes son trabajadores/as autónomos/as que se incrementaron respecto al año anterior un 1,5%, con 4.723 afiliados/as más.

En todas las comunidades autónomas se produjo un avance positivo en el empleo excepto en la ciudad autónoma de Melilla donde el número de trabajadores se redujo un 7,7%. Los mayores incrementos interanuales correspondieron a Andalucía (7,5%), Murcia (7,1%) y la comunidad Valenciana (7%).

En España, los bares siempre han sido punto de encuentro y socialización y, a pesar de la crisis, este negocio continúa demostrando que es clave para el impulso económico del país. Así se demuestra en las cifras de empleo que, según la última Encuesta de Población Activa (EPA) realizada por el Instituto Nacional de Estadística, el sector de restauración ocupa actualmente más de un millón de trabajadores/as.

El siguiente cuadro muestra los establecimientos turísticos, en general, de Extremadura en el año 2013.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN EXTREMADURA 2.013

	Badajoz		Cáceres		Extremadura	
	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas
<u>Paradores 4 estrellas</u>						
Paradores 4 estrellas	2	265	5	492	7	757
<u>Hoteles</u>						
Hoteles 5 estrellas	2	260	2	112	4	372
Hoteles 4 estrellas	17	2.224	24	2.622	41	4.846
Hoteles 3 estrellas	26	2.537	22	1.798	48	4.335
Hoteles 2 estrellas	33	1.270	24	1.112	57	2.382
Hoteles 1 estrellas	17	510	29	1.074	46	1.584
Hotel Apartamento 3 estrellas	2	112	0	0	2	112
Hotel Apartamento 1 estrella	0	0	1	48	1	48
<u>Hostales</u>						
Hostales 2 estrellas	35	791	60	1.570	95	2.361
Hostales 1 estrella	58	1.269	69	1.318	127	2.587
<u>Pensiones</u>						
Pensiones	19	225	28	328	47	553
<u>Apartamentos turísticos</u>						
Apartamentos turísticos	18	361	85	1.105	103	1.466
<u>Albergues turísticos</u>						
Albergues turísticos	15	521	24	1.048	39	1.569
<u>Camping</u>						
Camping 1ª categoría	3	899	10	3.701	13	4.600
Camping 2ª categoría	1	346	15	5.344	16	5.590
Camping 3ª categoría	0	0	1	200	1	200
<u>Hoteles rurales</u>						
Hoteles rurales	16	379	43	1.069	59	1.448
<u>Apartamentos rurales</u>						
Apartamentos rurales	32	498	217	3.175	249	3.673
<u>Casas rurales</u>						
Casas rurales	91	763	306	2.717	397	3.480
<u>Restaurantes</u>						
Restaurantes de 1ª categoría	3	700	4	349	7	1.049
Restaurantes de 2ª categoría	11	2.015	22	2.738	33	4.753
Restaurantes de 3ª categoría	154	23.990	232	24.979	386	48.969
Restaurantes de 4ª categoría	658	50.708	582	37.715	1.240	88.420
<u>Cafeterías</u>						
Cafeterías de 1ª categoría	7	680	3	291	10	971
Cafeterías de 2ª categoría	31	2.370	21	1.962	52	4.332
Cafeterías de 3ª categoría	181	10.369	285	12.806	466	23.175

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del informe Extremadura en Cifras 2013.

Instituto de Estadística de Extremadura.

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

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

5.2. Análisis del entorno

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

El territorio de la EUROACE se extiende al espacio geográfico del Alentejo, Región Centro de Portugal y Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 Km² con 3.388.563 de residentes (6% de la población peninsular).

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

Extremadura posee una gran variedad de recursos culturales, artísticos y medioambientales a partir de los cuales poder generar riqueza y actividad económica. La puesta en valor de dichos recursos permitirá a la región aumentar su competitividad. Extremadura cuenta con casi 42.000 Km² de extensión y apenas un millón de habitantes, lo que la convierte en una de las regiones menos pobladas de España. Esta característica, unida a la baja industrialización, determina que la región cuente con un inmejorable estado de conservación de su medio natural. Las zonas rurales ofrecen un gran interés cultural y medioambiental.

Además, los recursos gastronómicos con los que cuenta hacen de la eurozona un lugar ideal para ubicar un negocio de restauración. La zona Euroace tiene su base culinaria en su historia; así, los romanos le aportaron el ajo y el aceite. Los árabes el pan y las especias. Cántabros, astures, castellanos y otros pueblos aportaron sus propias singularidades; dando base a una cocina con personalidad propia. Extremadura, al no tener salida al mar, ofrece platos fundamentalmente cárnicos (principalmente, cerdo ibérico, cordero, cabrito y carne de caza), además de una importante variedad de hortalizas. La apertura a través de la Vía de la Plata la hizo conocer en el resto de España y recoger las tradiciones y gustos gastronómicos de otras regiones; sobre todo, las regiones colindantes.

Tal y como se describe en el “Plan Estratégico de turismo para Extremadura 2010-2015”, esta comunidad autónoma presenta una cocina tradicional y de vanguardia, así como una amplia gama de Denominaciones de Origen, basadas en la elaboración de productos autóctonos de alta calidad, como son los siguientes:

1. Aceite de Monterrubio
2. Cereza del Jerte
3. Cordero de Extremadura
4. Dehesa de Extremadura
5. Gata-Hurdes
6. Pimentón de la Vera
7. Queso de la Serena
8. Queso Ibores
9. Rivera del Guadiana
10. Ternera de Extremadura
11. Torta del Casar

Este patrimonio gastronómico único supone uno de los grandes atractivos turísticos de la zona, tanto a nivel nacional como internacional.

En cuanto a la normativa que regula los establecimientos turísticos de restauración (bares, restaurantes y cafeterías) ésta suele ser de carácter autonómico, aunque en su defecto, regirá la de carácter estatal.

Legislación estatal

- Orden de 17 de marzo de 1965, de Ordenación Turística de los Restaurantes, Ministerio de Información y Turismo.
- Orden de 18 de marzo de 1965, de Ordenación Turística de las Cafeterías, Ministerio de Información y Turismo.
- Orden de 29 de julio de 1978, del Ministerio de Comercio y Turismo, que modifica la Orden del 17 de marzo de 1965, por la que se modifican las normas sobre menús y cartas de restaurantes y cafeterías.

- Real Decreto 3484/2000 de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.
- Real Decreto 140/2003, de 7 de febrero, por el que se deroga el Real Decreto 1138/90 de 14 de septiembre, por el que se establecen los criterios sanitarios de la calidad del agua de consumo humano.
- Real Decreto 640/2006, de 26 de mayo, por el que se deroga el Real Decreto 2207/1996, de 28 de diciembre, por el que se regulan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios.
- Real Decreto 109/2010, de 5 de febrero, por el que se modifican diversos reales decretos en materia sanitaria para su adaptación a la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio y a la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Real Decreto 176/2013, de 8 de marzo, por el que se derogan total o parcialmente determinadas reglamentaciones técnico-sanitarias y normas de calidad referidas a productos alimenticios, por el que se aprueba la reglamentación Técnico-Sanitaria sobre Condiciones Generales de Almacenamiento Frigorífico de Alimentos y Productos Alimentarios.

Legislación autonómica

- Orden de 10 de Septiembre de 1993, por la que se crea la distinción de Restaurante Gastronómico Regional y se determinan los requisitos necesarios para la obtención de tal calificativo.
- Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura.
- Decreto 181/2012, de 7 de septiembre, por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Legislación europea

- Normativa sobre envases y residuos generados (Ley 11/97 del 24 de abril, según Directiva 94/62/CE).

Además habrá que cumplir toda normativa vigente en materia de: publicidad de precios y facturación, sanidad, seguridad, industria, protección al/la consumidor/a y accesibilidad a personas con discapacidad.

Al estar ubicada en el municipio de Badajoz, deberá cumplir la Ordenanza municipal de protección ambiental en materia de contaminación acústica. B.O.P.- Badajoz, de 16 de junio de 1997. Regula la actuación Municipal en orden a la protección del Medio Ambiente Urbano contra la contaminación acústica en general, con el fin de preservar el derecho constitucional al disfrute de un medio ambiente adecuado al desarrollo de la persona, así como al incremento de la calidad de vida.

Otra cuestión muy importante a tener en cuenta es la referente a la elección del local ya que, al tratarse de una actividad clasificada, será necesario cumplir una serie de requisitos sobre instalación eléctrica, salidas de humos, etc. Además hay que comprobar que el local permita este tipo de uso y que la comunidad de vecinos/as a la que pertenezca el local consienta la colocación de la salida de humos.

También deberá cumplir unos requisitos sobre viabilidad urbanística previo al comienzo de la actividad, así como la concesión de los permisos correspondientes.

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se presentan. A través de los recursos que ofrece la web <http://activacionempresarial.gobex.es> se procederá al estudio de solicitud de líneas de ayudas y financiación a las que se pudiera optar con el ejercicio de la presente

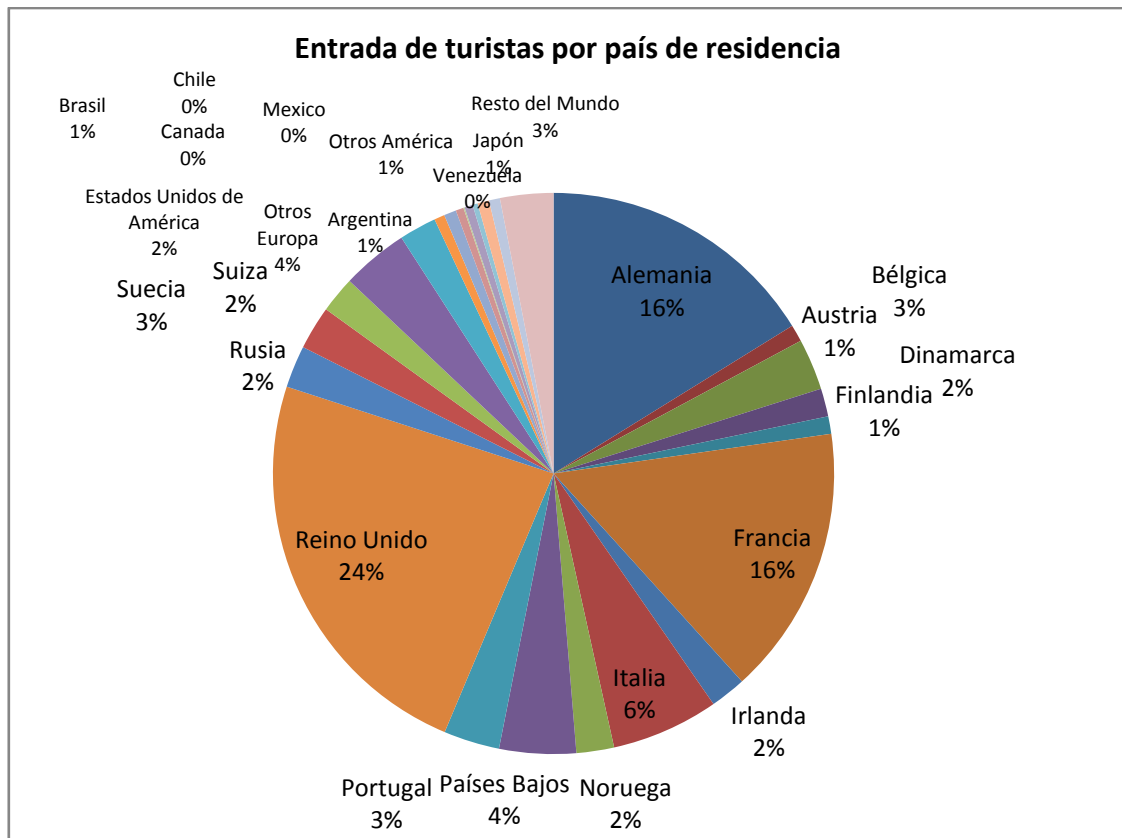
5.3. Análisis de la demanda

Este tipo de actividad es demandada principalmente por la población adulta del municipio en el que se localiza el negocio, concretamente, éste se ubica en el municipio de Badajoz. Como estrategia, se marca como objetivo la captación de clientela para que el nivel de ocupación a lo largo de la semana y en sus diferentes franjas horarias, obtenga una alta tasa de cobertura.

Los/as clientes/as potenciales del negocio se dividen en los siguientes segmentos:

- Usuarios mayores de 16 años. Personas que buscan un lugar agradable en el que almorzar o cenar y que cumpla con sus expectativas en cuanto a calidad y precios. En el municipio de Badajoz, a 1 de enero de 2013, tenía una población mayor de 16 años de **124.073 personas**, según la Estadística del Padrón Continuo de Habitantes (Instituto Nacional de Estadística).
- Usuarios/as de frecuencia no diaria (turistas, público de fin de semana, etc).

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



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos de 2012.

5.4. Análisis de la competencia

En términos generales cualquier establecimiento que ofrezca el servicio de comidas y bebidas puede ser un competidor.

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

- *Bares-cafeterías tradicionales*, los cuales, aunque no comparten el mismo concepto de negocio, sí que ofrecen los mismos servicios: desayuno, almuerzo, merienda y cena. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación del negocio ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida y apostar por la diferenciación.
- *Restaurantes ubicados en la zona de influencia del negocio*. Aunque no ofrecen los mismos servicios, sí se posicionan como un producto sustitutivo en los servicios de almuerzos y cenas y esto es importante tenerlo en cuenta a la hora de cuantificar la competencia.
- *Otros establecimientos que ofrecen productos sustitutos*: establecimientos de comida rápida (pizzerías, hamburgueserías...), de comida exótica, establecimientos que elaboran comida para servir a domicilio...
- *Bares, Cafeterías y Restaurantes ubicados en alojamientos turísticos*, principalmente rurales. Supondrán una fuerte competencia principalmente en el segmento de turistas, que disponen en su propio alojamiento de una oferta de restauración con productos típicos de la zona. La ventaja competitiva del negocio aquí se basa en los precios y en el concepto innovador del negocio.

En general en las tres regiones de la eurozona existe un alto número de empresas de servicios de comidas y bebidas, un total de 28.375 empresas.

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

Si se atiende a la clasificación recogida en el CNAE de 2009, el negocio quedaría englobado dentro del epígrafe 56. Servicios de comidas y bebidas. Dentro de este epígrafe encontramos dos conceptos igualmente válidos para este negocio:

- 56.10 Restaurantes y puestos de comidas

Esta clase comprende la prestación de servicios de comida a clientes/as, ya sea servicio de mesa o sirviéndose ellos/as mismos/as de un surtido de productos (autoservicio), bien consumiendo la comida en el mismo local, llevándosela o a domicilio. Se incluyen en este apartado las comidas preparadas y servidas para su consumo inmediato que se adquieren en vehículos con motor o en carritos sin motor.

Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, establecimientos que ofrecen comida para llevar, vendedores/as de helados en carrito, carritos ambulantes de comida, preparación de comida en puestos de mercadillo y restaurantes y bares relacionadas con el transporte, prestadas por unidades independientes.

- 56.30 Establecimientos de bebidas

Esta clase comprende la preparación y el servicio de bebidas para su consumo inmediato en el mismo local.

Esta clase comprende las actividades de: bares, tabernas, bares de copas, discobares y discopubs, cervecerías, cafés, bares de zumos de frutas, vendedores/as ambulantes de bebidas.

Atendiendo a esta clasificación, según el DIRCE (INE), en la comunidad de Extremadura existían en el año 2013 un total de:

Extremadura	Número de empresas
56.1. Restaurantes y puestos de comidas	789
56.3. Establecimientos de bebidas	5.388
TOTAL	6.177

Fuente: DIRCE 2013.

Por otra parte, en la provincia de Badajoz, en el año 2013 había un total de 3.686 locales dedicados a los servicios de comidas y bebidas (epígrafe 56).

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

Los precios se fijarán como una tarifa única que incluirá una serie de elementos dependiendo del tipo de servicio de que se trate.

SERVICIO	QUÉ INCLUYE	PRECIO
SERVICIOS DE BAR		
ALMUERZO Este servicio estará disponible a diario desde las 12.00 hasta las 17.00.	Se ofrecerá un buffet de alimentos crudos y otros cocinados, de tal manera que sea la clientela la que decida cómo configurar sus platos. Incluye carne, pescado, ensaladas, verduras, pan y postre, especias y aliños. Se incluye la primera bebida (refresco, agua, cerveza o copa de vino). A partir de la segunda bebida se pagará aparte.	12 €
CENA Este servicio estará disponible a diario desde 20.00 hasta las 24.00.	Se ofrecerá un buffet de alimentos crudos y otros cocinados, de tal manera que sea la clientela la que decida cómo configurar sus platos. Incluye carne, pescado, ensaladas, verduras, pan y postre. Se incluye la primera bebida. A partir de la segunda bebida se pagará aparte.	12 €
SERVICIO DE CAFETERÍA		
DESAYUNO Este servicio estará disponible a diario desde las 8.00 hasta las 12.00	Incluye: gran variedad de panes propios de la eurozona para tostar, mantequillas, aceites, mermeladas, embutidos, patés, quesos, jamón, bollería y pastelería, café, leche, cacao en polvo, té e infusiones, batidos y zumos, azúcar, miel y edulcorantes.	3 €
MERIENDA Este servicio estará disponible desde las 17.00 hasta las 20.00.	Incluye: gran variedad de masas dulces, a las que se le podrá añadir diferentes tipos de alimentos tales como: canela, chocolate, fruta, etc. para su posterior horneado. También se incluye bollería y pastelería, café, leche, cacao en polvo, té e infusiones, batidos y zumos. En verano se incluirá la posibilidad de confeccionar tu propio zumo o batido de frutas.	4 €

6.2. Canales de Distribución

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

Por ello, será fundamental la decoración y los elementos visuales del local, que deberán ser lo suficientemente atractivos para llamar la atención de la clientela e invitarla a entrar.

6.3. Comunicación y promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado posicionando el bar-cafetería como un establecimiento innovador, con una buena relación calidad precio y que ofrece una opción de ocio diferente y divertida.

Público objetivo

El principal público objetivo será la población mayor de 16 años de la localidad en la que se va a ubicar el negocio.

Así mismo, ciertas acciones del plan irán dirigidas exclusivamente a la población turista que visita la eurozona. Vendrán recomendados por los prescriptores (turoperadores, hoteles, etc.).

Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es el de un lugar en el que no sólo se pueden deleitar deliciosos desayunos, almuerzos, meriendas y cenas, sino que además ofrece la posibilidad de que sea el/la propio/a cliente/a quien diseñe su propio menú.

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 experiencias gastronómicas diferentes. El objetivo es ofrecer un servicio de bar-cafetería totalmente innovador.
2. Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante las siguientes acciones:
 - a. Marketing directo. Para ello, la empresa llevará a cabo acciones publicitarias directas mediante:
 - i. Se hará un gran esfuerzo en el lanzamiento del establecimiento a través de una gran fiesta de apertura. Se utilizarán medios de comunicación tradicionales (encarte publicitario del evento en prensa diaria local y cuñas de radio).
 - ii. Registro en los principales directorios del sector y en guías de anunciantes.

- iii. La empresa también dispondrá de página web en la que dar publicidad a todos sus servicios.
- iv. Se diseñarán folletos publicitarios que se dejarán en hoteles y otro tipo de alojamientos de la provincia.
- b. Marketing indirecto. Será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas, ya que el éxito de la empresa dependerá de la calidad de los servicios prestados. Para ello se utilizarán las posibilidades que permiten las redes sociales.
- c. Marketing relacional. El personal de la empresa acudirá a ferias nacionales e internacionales relacionadas con la gastronomía. Algunas son:
 - EXTREGUSTA. Salón en el que se dan cita los/as profesionales de la restauración y los/as amantes de la gastronomía de Extremadura. Se ofrecen también degustaciones de alimentos, vinos y licores con Denominación de Origen. Tiene lugar en el mes de abril en Cáceres.
 - FEHISPOR. Salón multisectorial donde se dan cita empresarios/as españoles/as y portugueses/as con la intención de adentrarse en la cultura del país vecino y crear nuevas oportunidades de negocio. Tiene lugar en noviembre en Badajoz.
 - INFERSICOP. Feria de la industria panadera y pastelera donde los/as profesionales encuentran todo lo necesario para contribuir a la rentabilidad y eficacia de su negocio. Tiene lugar en el mes de octubre en Madrid.
- d. Marketing experiencial. La empresa invitará a degustaciones de sus productos, pues es la mejor forma de darlos a conocer y tener un primer contacto positivo con potenciales clientes/as.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

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

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

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

El local tendrá una superficie de 200 m², con cumplimiento de la normativa vigente, distribuida en tres zonas separadas:

- Zona de buffet. Comprende el espacio del local destinado a la puesta a disposición de los alimentos y a la zona en la que la clientela podrá confeccionar sus platos. Esta zona tendrá 80 m² y su distribución se organizará de tal manera que existan dos grandes barras de alimentos y a su alrededor se ubiquen seis zonas de trabajo. Estas zonas se equiparán con mobiliario que incluirá plancha de cocción, minihorno, tostadora, parrilla y microondas. Además, se incluirá en estos espacios zonas frigoríficas para la conservación de los alimentos que requieren frío para su conservación en la zona de exposición. Habrá una pequeña zona junto a la de buffet con los elementos necesarios para calentar o cocinar más la comida durante la consumición.
- Zona de comida. Es la zona en la que se consumirán los alimentos. Dispondrá de suficientes mesas y sillas así como de espaciosos pasillos para el paso de los/as clientes/as. Esta zona queda tras la zona de buffet pero con acceso directo a la barra. Esta zona debe disponer de dos áreas correspondientes al bar y al comedor. Además se deben adecuar aseos para el público. Esta zona tendrá 100 m².
- Zona de trabajo. Esta zona es donde se preparan los ingredientes y los alimentos que se van a exponer en la zona buffet. Se divide en el espacio que queda detrás de la barra y otra zona reservada de la vista del público para la cocina, almacén, vestuario y aseo del personal. Esta zona tendrá 20 m².

7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios

- **Mobiliario y decoración**

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

- Elementos decorativos del comedor.
- Barra, frente mostrador, estanterías y muebles trasteros.
- Carro de entremeses y carro de pastelería
- Aparador, vitrinas y estanterías para la zona de buffet y para el almacén.
- 15 mesas y 60 sillas de comedor.

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que se quiere proporcionar al negocio y teniendo siempre presente que todos los materiales que integren el establecimiento que estén en contacto directo con el producto deben ser hidrófugos y atóxicos.

Respecto a la decoración, es necesario crear un espacio cálido y acogedor con rincones agradables, para que el/la cliente/a se sienta a gusto.

- **Stock inicial y materiales de consumo**

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

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

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

- **Equipamiento**

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

Incluye:

Maquinaria para la cocina:

- Para la preparación de productos: horno, cocina, cafetera y molinillo de café, plancha de asar, tostador, batidora, exprimidor, campana extractora...

- Maquinaria para la conservación y el mantenimiento: congelador, cámaras y vitrinas frigoríficas...
- Otra maquinaria: máquina de hacer hielo, fregadero, lavavajillas, lava-vasos...

Maquinaria para la zona de buffet: 3 cafeteras, 6 muebles de cocina con plancha, parrilla y minihorno, 3 microondas, 3 tostadoras. Además, se pondrá en común una licuadora para hacer zumos naturales, y batidora.

7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio.

El inicio del proceso productivo se inicia con la recepción al/la cliente/a por parte de un/a camarero/a. Éste/a les indicará la mesa en la que pueden sentarse y les invitará a pasar a la zona de buffet. A la entrada al mismo, se le cobrará el precio del servicio en cuestión. El cobro podrá hacerse en efectivo o con tarjeta.

Una vez en la zona de buffet, la clientela será libre para moverse y seleccionar los alimentos para la preparación de su comida. Podrá tomar cualquier alimento sin límite, pero sólo podrá entrar una única vez. Si quiere repetir bebida o pan, etc. tendrá que pedirlo en barra y pagarlo en el momento. Si se desea calentar comida o cocinarla más, junto a la zona de buffet, pero fuera de ella, habrá disponible microondas y plancha de cocción.

La persona en barra atenderá además a la clientela, asesorándoles en el proceso, al igual que la persona que está a la entrada recibiendo a la clientela.

Por otra parte, en cocina se prepararán los alimentos que van a estar disponibles en la zona de buffet y se elaborarán aquellos que se sirven ya cocinados. Además, a diario se seleccionará la oferta de productos que se va a ofrecer en cada servicio.

Se atenderá cualquier reclamación del/la cliente/a, intentando compensar el fallo con su subsanación y una. En cualquier caso, se pasará un pequeño cuestionario de satisfacción del servicio para recabar su opinión y hacer el tratamiento que implica un sistema de gestión de la calidad.

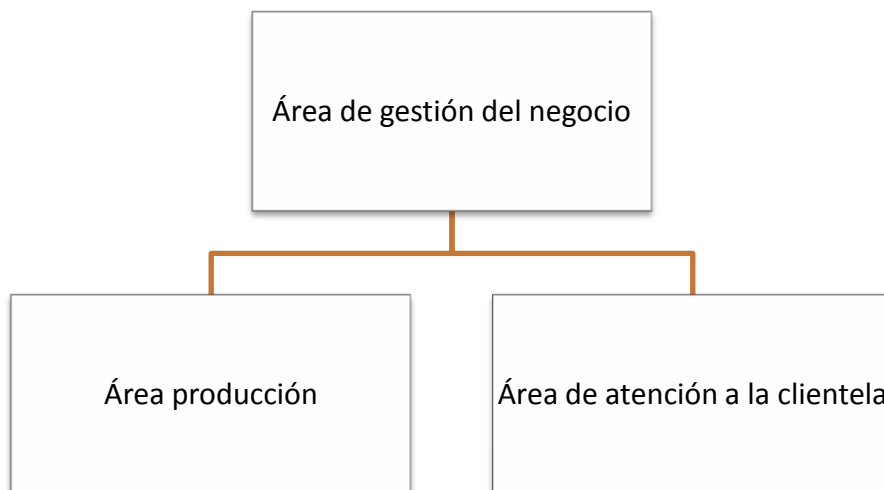
7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian tres áreas dentro de este negocio:

- Área de gestión del negocio. Se incluye tareas como el establecimiento de precios, negociación con proveedores, facturación, etc.
- Área de producción. Se basa en el diseño de la oferta de alimentos, la adquisición de la materia prima, elaboración de la comida y presentación de los platos.
- Área de atención a la clientela. Se desarrolla en la sala y se basa en la recepción de la clientela y las tareas derivadas de la zona de buffet y de barra.

El organigrama de la empresa tendrá la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

Cocinero/a

Sus funciones principales son, entre otras, elaborar la comida, organizar la cocina, diseñar la oferta y adquirir la materia prima.

Estará a tiempo completo y el puesto será ocupado por la primera persona promotora.

Ayudante de cocina

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

Maître

Recepcionará a la clientela, les explicará el proceso y les cobrará el servicio. Además, coordinará la zona de buffet, supervisará el trabajo de los/as camareros/as y organizará los turnos. También se encargará de la disposición de los alimentos en las vitrinas.

Este puesto lo desempeñará la segunda persona promotora del negocio.

Camarero/a

La empresa contará con dos camareros/as a tiempo completo que se turnarán. Ambos se encargarán de atender en barra y de recoger las mesas, preparándolas para los/as siguientes clientes/as.

El equipo promotor se repartirá las tareas del área de gestión. El/la cocinera coordinará el área de producción, mientras que el/la maître será quien se responsabilice del área de atención a la clientela.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

Selección

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

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

Contratación

La contratación de los/as camareros/as y del/la ayudante de cocina se hará a tiempo completo.

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

7.3. Forma jurídica

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

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

Ventajas:

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

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

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

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

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

El capital social de esta nueva empresa va a ser de 60.000 €, participando los/as dos socios/as con el mismo porcentaje (50%). En este caso, aunque sólo uno/a de los/as socios/as va a ser administrador/a, los/as dos van a trabajar en la empresa. Al ser las participaciones de cada uno/a de ellos igual o superior al 33%, tienen la obligación de darse de alta como autónomos/as y por tanto cotizar en el RETA.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por el Gobierno de Extremadura:

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

8. Análisis DAFO

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

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- La empresa es desconocida- Perfil de los/as trabajadores/as muy especializado- Relación con la coyuntura económica.	<ul style="list-style-type: none">- Estacionalidad de la demanda- Marco económico- Disminución del número de empresas proveedoras.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Concepto de negocio innovador- Precios competitivos- Calidad de los productos- Capacidad de fidelización de la clientela- Alimentos especiales.	<ul style="list-style-type: none">- Existencia de gran oferta de materias primas de calidad en la Eurozona- Población turista- Prestigio y calidad de la gastronomía- Existencia de personal cualificado

Conclusiones

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

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida, pues aún no opera en el mercado. Para corregir esta debilidad, se llevará a cabo una estrategia de comunicación de acceso al mercado, para darse a conocer además de establecer una buena relación calidad-precio. Una vez que tenga una determinada cartera de clientes/as, se deberán realizar acciones destinadas a la fidelización de los/as mismos/as.
- Perfil de los/as trabajadores/as muy especializado. Esta empresa requiere contar con profesionales que ofrezcan un servicio excelente, por lo que será necesario contratar

unos perfiles determinados que no serán fáciles de encontrar. Ante la contratación, los/as promotores/as valorarán tanto la formación como la experiencia, pudiendo ofrecerles un curso de formación específico si lo consideraran conveniente.

- Relación con la coyuntura económica. La coyuntura económica por la que atraviesa la economía, especialmente en España y Portugal, será un factor a tener en cuenta por la empresa, puesto que la población deja de salir a consumir fuera para quedarse a comer en casa. Para corregir esta debilidad, la empresa no sólo va a establecer precios competitivos, sino que además va a ofrecer una oferta diferente en la que no sólo se trata de comer, sino de divertirse confeccionando lo que se va a consumir.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Concepto de negocio innovador. La mayor fortaleza del negocio se basa en su concepto innovador: no es un bar-cafetería tradicional, sino que ofrece una alternativa de ocio al permitir desarrollar la afición por la cocina.

- Precios competitivos. Los precios de la empresa se establecen como una tarifa plana, se elijan los alimentos que se elijan, y a un precio en concordancia con los momentos actuales.

- Calidad de los productos. Los ingredientes que se van a poner a disposición de la clientela, se seleccionarán de manera muy cuidada y provendrán, en su mayoría, de la eurozona, lo que potenciará la imagen del establecimiento frente a la población turista.

- Capacidad de fidelización de la clientela. La orientación a la clientela se considera fundamental en este ámbito. El equipo promotor velará para que este aspecto sea muy cuidado y lograr, con ello, la repetición de la visita del/la cliente/a.

- Alimentos especiales. Se tendrán en cuenta las especiales necesidades de una parte de la clientela al incluir productos sin gluten así como una amplia variedad de alimentos vegetales, para personas vegetarianas.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

-Existencia de gran oferta de materias primas de calidad en la Eurozona. La zona EUROACE presenta unas materias primas de gran calidad, con las que se elaborarán los platos.

- Población turista. El turismo es un sector estratégico en la eurozona y como tal está siendo muy apoyado por la iniciativa pública. La afluencia de turistas entre España y Portugal va a beneficiar el aumento de clientes/as al establecimiento. Para explotar la oportunidad, será importante que agencias de viaje y hoteles se conviertan en prescriptores del negocio.
- Prestigio y calidad de la gastronomía. Extremadura cuenta con más de una decena de Denominaciones de Origen, lo que garantiza su calidad en el campo gastronómico.
- Existencia de personal cualificado. En la región existe un elevado número de personas cualificadas en el campo de la restauración. Además, muchas de estas personas se encuentran desempleadas debido a la coyuntura económica, por lo que no será difícil para la empresa encontrar personal cualificado y que cumpla los requisitos de selección establecidos por la persona promotora del negocio.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Estacionalidad de la demanda. La demanda de estos servicios se concentra los fines de semana y fechas como Navidad o la primavera, estación en la que se celebran la mayoría de ceremonias. Para evitar esto, la empresa organizará eventos y actos en las épocas de menos afluencia de público.
- 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 e incentivos, disminuyendo la demanda, aumentando los costes... Para hacer frente a esta amenaza, la empresa tratará de ajustar el margen de beneficios y fijará unos precios moderados.
- Disminución del número de empresas proveedoras. Debido a la actual situación económica, muchas empresas del sector gastronómico han desaparecido, lo que puede suponer una amenaza en cuanto que se dispone de menos opciones a la hora de obtener la materia prima del negocio. Será importante en este sentido crear una buena cartera de proveedores estables.

9. Valoración y análisis financiero

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

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

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

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

Edificios, Locales y Terrenos: El local comercial en el que se va a desarrollar la actividad será en régimen de alquiler.

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

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

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

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

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

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

Instalaciones Técnicas, Maquinarias y Herramientas: Se incluirán en esta partida los distintos elementos para la cocina y para la zona de buffet y bar descritos en el apartado 7. Esto suma un total de 36.000 euros.

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

La partida destinada a utillaje será de 3.500 euros, mientras que el mobiliario supondrá una inversión inicial de 12.000 euros.

Equipos Informáticos: Se incluirá un ordenador, pantalla, periféricos, impresora, teléfono y fax. Además, se adquirirá un TPV compuesto por ordenador, cajón

portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas. El coste total es de 2.000 euros.

Proyectos técnicos: Esta partida corresponde a 3.000 euros.

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

Aplicaciones Informáticas: inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial. Se incluyen programas ofimáticos (procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos), antivirus, y la creación de la página web. El coste será de 1.600 euros.

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

9.1.2. Activo corriente

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

Existencias, materias primas, envases y embalajes... Se incluye la primera compra de alimentos y bebidas, servilletas, manteles, material de imprenta, material limpieza... El importe será de 5.000 euros.

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

Tesorería Inicial. Estimación de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante el primer ejercicio en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo y que en un principio se establecerán en consonancia con plazos medios entre proveedores y clientes que permitan una liquidez sostenible del negocio sin tener que recurrir a financiación ajena.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones	42.000	21%	42.000
Instalaciones		21%	0
Maquinaria	36.000	21%	36.000
Equipamiento		21%	0
Mobiliario	12.000	21%	12.000
Utillaje	3.500	21%	3.500
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	2.000	21%	2.000
Otros (proyectos técnicos)	3.000	21%	3.000
Total Inmovilizado Material	98.500		98.500
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	1.600	21%	1.600
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000	21%	3.000
Total Inmovilizado Inmaterial	4.600		4.600
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	103.100		103.100
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	5.000	10%	5.000
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			14.749
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.000		5.000
TOTAL INVERSION	108.100		108.100
Total IVA SOPORTADO	22.151		22.151
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	130.251		130.251
			145.000

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Social	60.000
En Especie	0
Dinerario	60.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	60.000
Deudas bancarias a L/P	85.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	85.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	145.000

La empresa está estudiando diversas formas de obtener este dinero que se necesita a la hora de realizar el proyecto. En primer lugar, el equipo promotor va a realizar una aportación inicial en forma de capital social de 60.000 € (30.000 € cada uno/a).

El resto de las necesidades de financiación (43.100 € destinados a cubrir las necesidades del Activo no corriente y el resto para el Activo corriente) se ha previsto cubrir mediante la solicitud de un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	85.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	1700
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	85.000,00
Importe de Intereses:	30.355,30
Coste total operación:	115.355,30
Cuota Mensual (a):	1.201,62
Cuota Anual	14.419,41
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

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

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

ESTIMACIÓN DE LA OCUPACIÓN	
Capacidad (Nº de personas)	60
Nº de rotaciones por turno	2
Turnos diarios	4
Días al mes	30
Ocupación de las mesas	0,7
Ocupación Total estimada	10.080

La sala tiene una capacidad para 60 comensales (15 mesas de 4 plazas cada una). No se van a tener en cuenta las plazas de la terraza puesto que actualmente se está solicitando al ayuntamiento autorización para la misma.

Se establecen cuatro turnos diarios, correspondiendo cada uno de ellos al desayuno, el almuerzo, la merienda y la cena. En cada uno de ellos se han supuesto dos rotaciones. Se estima que todas las mesas nunca estarán ocupadas al 100%, sino al 70%. Por tanto, la ocupación total estimada del restaurante será de 10.080 comensales mensuales.

La demanda presenta gran estacionalidad, puesto que el turismo en Extremadura responde a un turismo de invierno o primavera, siendo los meses estivales de menor afluencia de público.

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

Los resultados para el primer año son los siguientes:

PREVISIÓN DE INGRESOS Y CONSUMOS

HIPOTESIS DE PARTIDA	Servicio 1	Servicio 2	Servicio 3	Servicio 4
Nº medio de servicios prestados al mes	794	794	529	529
Precio medio por Servicio	3,00	12,00	4,00	12,00
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
DESAYUNOS													
Nº Servicios 1	454	454	454	756	756	756	454	454	454	1.512	1.512	1.512	9.528
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	1.362,00	1.362,00	1.362,00	2.268,00	2.268,00	2.268,00	1.362,00	1.362,00	1.362,00	4.536,00	4.536,00	4.536,00	28.584,00
Coste Servicio	204,30	204,30	204,30	340,20	340,20	340,20	204,30	204,30	204,30	680,40	680,40	680,40	4.287,60
ALMUERZOS													
Nº Servicios 2	454	454	454	756	756	756	454	454	454	1.512	1.512	1.512	9.528
Precio	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
Ingresos	5.448,00	5.448,00	5.448,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	5.448,00	5.448,00	5.448,00	18.144,00	18.144,00	18.144,00	114.336,00
Coste Servicio	1.906,80	1.906,80	1.906,80	3.175,20	3.175,20	3.175,20	1.906,80	1.906,80	1.906,80	6.350,40	6.350,40	6.350,40	40.017,60
MERIENDAS													
Nº Servicios 3	302	302	302	504	504	504	302	302	302	1.008	1.008	1.008	6.348
Precio	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	
Ingresos	1.208,00	1.208,00	1.208,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	1.208,00	1.208,00	1.208,00	4.032,00	4.032,00	4.032,00	25.392,00
Coste Servicio	241,60	241,60	241,60	403,20	403,20	403,20	241,60	241,60	241,60	806,40	806,40	806,40	5.078,40
CENAS													
Nº Servicios 4	302	302	302	504	504	504	302	302	302	1.008	1.008	1.008	6.348
Precio	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
Ingresos	3.624,00	3.624,00	3.624,00	6.048,00	6.048,00	6.048,00	3.624,00	3.624,00	3.624,00	12.096,00	12.096,00	12.096,00	76.176,00
Coste Servicio	1.268,40	1.268,40	1.268,40	2.116,80	2.116,80	2.116,80	1.268,40	1.268,40	1.268,40	4.233,60	4.233,60	4.233,60	26.661,60

INGRESOS POR VEN	11.642,00	11.642,00	11.642,00	19.404,00	19.404,00	19.404,00	11.642,00	11.642,00	11.642,00	38.808,00	38.808,00	38.808,00	244.488,00
Iva repercutido	2.444,82	2.444,82	2.444,82	4.074,84	4.074,84	4.074,84	2.444,82	2.444,82	2.444,82	8.149,68	8.149,68	8.149,68	51.342,48
Facturado a cliente	14.086,82	14.086,82	14.086,82	23.478,84	23.478,84	23.478,84	14.086,82	14.086,82	14.086,82	46.957,68	46.957,68	46.957,68	295.830,48
Cobros del periodo	14.086,82	14.086,82	14.086,82	23.478,84	23.478,84	23.478,84	14.086,82	14.086,82	14.086,82	46.957,68	46.957,68	46.957,68	295.830,48
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	0,00
TOTAL COBROS	14.086,82	14.086,82	14.086,82	23.478,84	23.478,84	23.478,84	14.086,82	14.086,82	14.086,82	46.957,68	46.957,68	46.957,68	295.830,48

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

En esta previsión de ingresos no se han tenido en cuenta los pedidos fuera de la tarifa plana, como segundas y posteriores bebidas que se estipulen.

9.4. Costes de producción

Los costes de producción equivalen al consumo de materias primas (alimentos) empleados en cada servicio.

En los desayunos, los más rentables, el consumo es equivalente al 15% del precio del servicio. En almuerzos y cenas, este porcentaje asciende al 35%. Por último, las meriendas tendrán un coste del servicio del 20%.

COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos	
DESAYUNOS	0,45	9.528	4.287,60	
ALMUERZOS	4,20	9.528	40.017,60	
MERIENDAS	0,80	6.348	5.078,40	
CENAS	4,20	6.348	26.661,60	
			76.045,20	TOTAL

Gastos de amortización

El gasto en amortización se muestra en la siguiente tabla:

AMORTIZACIÓN CONTABLE

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	1.600	5	320
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000	5	600
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			<u>920</u>
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	42.000	50	840
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	36.000	12	3.000
Equipamiento	0	15	0
Mobiliario	12.000	15	800
Uillaje	3.500	4	875
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	2.000	5	400
Otros (proyectos técnicos)	3.000	5	600
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			<u>6.515</u>

9.6. Previsión de tesorería

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

FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		14.087	14.087	14.087	23.479	23.479	23.479	14.087	14.087	14.087	46.958	46.958	46.958
Prestamo a Corto Plazo		34.000											
Préstamo a Largo Plazo	85.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones socios/as (Capital Social)	60.000												
TOTAL COBROS	145.000	48.087	14.087	14.087	23.479	23.479	23.479	14.087	14.087	14.087	46.958	46.958	46.958
PAGOS:													
Pagos sueldos		7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709
Pago compras y gastos generales		13.302	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.394	12.340
Pago IVA a Hacienda								6.638			1.748		
Devolución capital préstamos		635	639	643	648	652	656	661	665	670	674	679	34.683
Pago intereses	1.700	1.445	745	724	704	683	663	642	621	600	578	557	536
Pago de las inversiones	130.251	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	131.951	23.091	21.487	21.471	21.455	21.439	21.422	28.044	21.389	21.372	23.104	21.339	55.267
FLUJO DE CAJA NETO	13.049	24.996	-7.400	-7.384	2.024	2.040	2.057	-13.957	-7.302	-7.286	23.854	25.619	-8.310
SALDO FINAL DE TESORERÍA	13.049	38.045	30.645	23.261	25.285	27.325	29.382	15.424	8.122	836	24.690	50.309	41.999

Para hacer frente a 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	34.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	680
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	34.000,00
Importe de Intereses:	1.302,91
Coste total operación:	35.302,91
Cuota Mensual (a):	2.941,91
Cuota Anual	35.302,91
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

El crédito a corto plazo es alto, pero previendo una alta liquidez en los últimos meses, es preferible solicitar un crédito a corto plazo que incrementar el préstamo a largo plazo.

9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

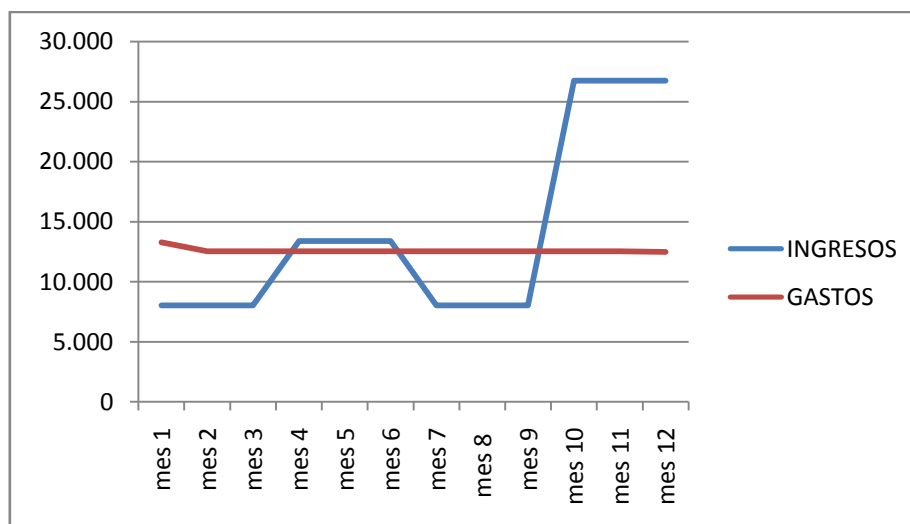
A continuación aparecen la cuenta de pérdidas y ganancias, el balance de situación y la evolución en la cuenta de pérdidas y ganancias durante los primeros 5 años de actividad de la empresa.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	11.642	11.642	11.642	19.404	19.404	19.404	11.642	11.642	11.642	38.808	38.808	38.808	244.488
CONSUMOS	0	3.621	3.621	3.621	6.035	6.035	6.035	3.621	3.621	3.621	12.071	12.071	12.071	76.045
margen bruto	0	8.021	8.021	8.021	13.369	13.369	13.369	8.021	8.021	8.021	26.737	26.737	26.737	168.443
Gastos de personal	0	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	7.709	92.508
Gastos variables	0	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	605	7.755
Gastos fijos	0	4.295	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	3.545	43.290
Amortizaciones	0	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	7.435
Total gastos	0	13.274	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.524	12.479	150.988
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-5.253	-4.503	-4.503	845	845	845	-4.503	-4.503	-4.503	14.214	14.214	14.259	17.455
Gastos financieros	1.700	1.445	745	724	704	683	663	642	621	600	578	557	536	10.197
Beneficio antes de impuestos	-1.700	-6.698	-5.247	-5.227	141	162	182	-5.144	-5.123	-5.102	13.635	13.657	13.723	7.258
IMPUESTO DE SOCIEDADES (al 15 %)														1.089
RESULTADO DEL EJERCICIO	-1.700	-6.698	-5.247	-5.227	141	162	182	-5.144	-5.123	-5.102	13.635	13.657	13.723	6.169

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

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	60.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>95.665</u>	Resultado del Ejercicio	5.552
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	617
Edificios y Construcciones	42.000	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	36.000	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>66.169</u>
Equipamiento	0	Préstamos bancarios a largo	68.534
Mobiliario	12.000	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>68.534</u>
Utillaje	3.500		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	2.000		
Otros (proyectos técnicos)	3.000	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-6.515	Préstamos bancarios a corto plazo	8.561
<u>Inmovilizado material</u>	<u>91.985</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	18.872
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	1.089
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.600		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-920		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>3.680</u>		
Existencias, materias primas...	5.000		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	20.560		
Clientes	0		
Tesorería	41.999		
<u>Activo corriente</u>	<u>67.560</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>28.522</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>163.225</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>163.225</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	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,37
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	39.037,63
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	1,47
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	7,14%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,68
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	10,69%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	9%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	3%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	147.925,09

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio, que se define como el punto en que los ingresos totales recibidos se igualan a los costes asociados con la venta de los servicios. Si el servicio se vende en mayores cantidades que las que arroja el punto de equilibrio, la empresa percibirá beneficios. En este caso, esta cifra corresponde a 147.925,09 euros.

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

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	66,7%	19,0%	18,5%	15,8%
Crecimiento de la cifra de consumos	67%	19%	19%	8%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	100%	31%	11%	21%

Alcanzar el 100% de la capacidad productiva de la empresa es difícil debido a la estacionalidad de la demanda y a otra serie de condicionantes. Por ello, para calcular los ingresos en los años siguientes se va a partir de la misma proporción mensual del año 1, pero con un incremento en los ingresos.

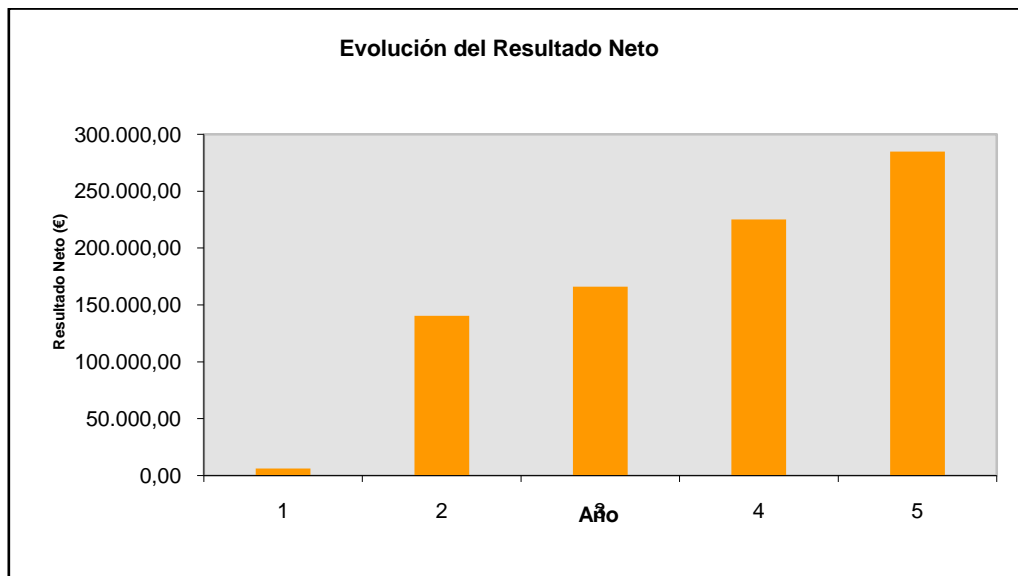
Para calcular la estimación de los ingresos en los primeros 5 años de actividad de la empresa, se ha establecido que la empresa incremente su capacidad en el segundo año al 25% para el primer y el tercer trimestre, al 50% en el segundo trimestre y al 75% en el tercer trimestre. Esto se corresponde con un incremento de la cifra de ventas del 66,7%. Esto se debe a que la empresa ya es conocida en el sector y cada vez son más los/as clientes/as que acuden a ella para adquirir los productos y servicios ofertados. En los siguientes años, las ventas van aumentando un 10% de su capacidad respecto al segundo año, lo que se traduce en un incremento del 19%, 18,5% y 15,8% debido a que siguen dando fruto las labores comerciales y de publicidad, pero no lo hacen de manera tan intensa como en el segundo año.

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

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	244.488,00	407.488,15	484.910,90	574.619,41	665.409,28
Consumos	76.045,20	78.326,56	80.676,35	83.096,64	85.589,54
margen bruto	168.442,80	329.161,59	404.234,55	491.522,77	579.819,74
% margen bruto sobre ventas	69%	81%	83%	86%	87%
Gastos de personal	92.508,00	94.358,16	96.245,32	98.170,23	100.133,63
Gastos variables mensualmente:	7.755,00	7.910,10	8.068,30	8.229,67	8.394,26
Amortización de activos	7.435,00	7.435,00	7.435,00	7.435,00	7.435,00
Gastos fijos:	43.290,00	44.155,80	45.038,92	45.939,69	46.858,49
Total gastos	150.988,00	153.859,06	156.787,54	159.774,59	162.821,38
Beneficio antes de impuestos e intereses	17.454,80	175.302,53	247.447,00	331.748,18	416.998,36
Gastos financieros	10.197,23	10.197,23	10.197,23	10.197,23	10.197,23
Beneficio antes de impuestos	7.257,57	165.105,30	237.249,77	321.550,95	406.801,12
IMPUESTO DE SOCIEDADES	1.088,64	24.765,80	71.174,93	96.465,28	122.040,34
RESULTADO DEL EJERCICIO	6.168,93	140.339,51	166.074,84	225.085,66	284.760,79

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

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

Actividades:

- 1 Búsqueda de financiación. 5 meses.
- 2 Contrato de alquiler del local y adecuación de las instalaciones. 3 meses.
- 3 Adquisición del equipamiento. 2 meses.
- 4 Elaboración y diseño de la oferta gastronómica. 3 meses.
- 5 Negociación con proveedores. 3 meses.
- 6 Desarrollo campaña de marketing inicial. 4 meses.
- 7 Selección y contratación del personal. 2 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al año 0

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												

1	Búsqueda de financiación
2	Contrato de alquiler del local y adecuación de las instalaciones
3	Adquisición del equipamiento
4	Elaboración y diseño de la oferta gastronómica
5	Negociación con proveedores
6	Desarrollo campaña de marketing inicial
7	Selección y contratación del personal

Responsables de las actividades:

Promotor/a 2: encargado/a de las actividades 1, 2 y 3.

Promotor/a 1: encargado/a de las actividades 4, 5, 6 y 7.

- Plan Comercial

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

- Plan de operaciones

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

- Plan económico-financiero

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

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Información sobre requisitos y plazos de formalización.
- Solicitud de licencia de apertura.
- Legalización libros contables.
- Contrato de alquiler de instalaciones, apertura de cuenta en entidad financiera
- Otros requisitos legales: adquisición de derechos de software,, hojas de reclamación, LOPD....

- Fiscal

- Obtención de CIF.
- Alta en censo de actividades económicas.

- Laboral

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.

- Afiliación y alta de los/as empleados/as.
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores/as Autónomos/as.
- Registro Cuentas y Depósito de las mismas

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN: BAR - CAFETERÍA **Comunicación Ambiental. Sin Calificación Urbanística**

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

En este caso concreto se considera la opción sin calificación urbanística, es decir, actividades que se lleven a cabo en suelo urbano.

ACTIVIDAD: Servicio de alimentación en cafés y bares, con o sin comida (673) Chocolaterías, Heladerías y Horchaterías (676)

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.

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

La actividad de **chocolaterías, heladería y horchaterías**, está equiparada a la modalidad de bares según el artículo 34 del decreto 181/2012 de 7 de septiembre por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Trámites Constitución de Empresa

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

1. Certificación Negativa del Nombre

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

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

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

Organismo: Registro Mercantil Central.

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

2. Escritura Pública

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

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

Documentación:

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

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

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

Documentación:

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

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

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

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

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

Documentación:

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

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria.

5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

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

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

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

Documentación:

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

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

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

6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad.

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

Documentación:

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

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

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

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

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

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

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

Documentación:

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

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

Tasa: Exenciones de pago:

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

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

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

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

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

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

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

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

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

Empresario individual:

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

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

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

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

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

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

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

Documentación:

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

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

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

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

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

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

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

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

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo

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

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

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

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

12. Comunicación de contratos trabajadores

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

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

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

Documentación:

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

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

A. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”

1. Informe de Viabilidad Urbanística / Informe de Compatibilidad Urbanística

Informe de Viabilidad Urbanística

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

Documentación: (si la consulta es en el Ayuntamiento)

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

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

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

Informe de Compatibilidad Urbanística

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

Documentación:

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

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

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

Resultado: Informe de Compatibilidad Urbanística, que incluirá:

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

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

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

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX. En cuanto a la licencia de uso y actividad, en este caso, actividades no sujetas a autorizaciones ambientales, la presentación de la Declaración Responsable pondrá fin al procedimiento de Licencia Urbanística, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

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. En el caso de necesitar Evaluación de Impacto, no se concederá la licencia hasta que esta esté resuelta.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de obras.

NOTA: Cuando la actividad se encuentre afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, por la Ley 12/2012, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, y por sus modificaciones posteriores, **no estaría sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística en el caso de no superar los 750 m² de superficie útil de exposición y venta al público y ser obra de adaptación sin 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 descrito anteriormente.

3. Presentación de Comunicación Ambiental

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

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

1. Proyecto o memoria que describa la actividad y sus principales impactos ambientales, especialmente los relativos a la gestión de los residuos, las condiciones de vertido a la red de saneamiento y las prescripciones necesarias para prevenir y reducir las emisiones y la contaminación acústica.
2. Certificación final expedida por persona o entidad competente que acredite que la actividad y las instalaciones se adecúan al proyecto o a la memoria y que cumplen todos los requerimientos y las condiciones técnicas determinadas por la normativa ambiental. El documento incluirá, en su caso, la acreditación del cumplimiento de las condiciones y limitaciones exigibles por la delimitación de zonas afectadas por la contaminación, en particular, acústica o atmosférica.
3. Copia de las autorizaciones, notificaciones o informes de carácter ambiental de las que sea necesario disponer para poder ejercer la actividad en cada caso. En especial, declaración o informe de impacto ambiental; autorización o notificación de producción de residuos peligrosos; autorización o notificación de emisiones contaminantes a la atmósfera, incluyendo la notificación de emisión de compuestos orgánicos volátiles; y la autorización de vertido a dominio público hidráulico.
4. En el caso de que las obras e instalaciones necesarias para el desarrollo de la actividad no requieran de licencia o comunicación previa urbanística, será necesario acompañar a la comunicación ambiental de un informe previo del ayuntamiento que acredite la compatibilidad urbanística de la actividad. Si el informe se hubiera solicitado pero no se hubiera emitido en el plazo de un mes

por parte del ayuntamiento, podrá presentarse la comunicación ambiental adjuntando copia de la solicitud.

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

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

4. Declaración Responsable/ Licencia urbanística de usos y actividad.

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

Además, en el caso que esté afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, por la Ley 12/2012, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, y por sus modificaciones posteriores, **no estaría sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística de Usos y Actividad cuando no superara los 750 m² de superficie útil de exposición y venta al público.**

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

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

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.
- Evaluación de Impacto, si corresponde.

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

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Si estuviese sometido a régimen de Licencia:

La solicitud de licencia de uso y actividad será otorgada por el Ayuntamiento, previa comprobación de los requisitos exigibles tanto en materia medioambiental como los legalmente exigibles para el desarrollo del uso o de la actividad. Concluye así el procedimiento de Licencia Urbanística.

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

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

- Modelo normalizado de solicitud.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable, así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto

pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.

- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Ayuntamiento

Plazo: máximo 15 días.

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

Normativa:

- Ordenanzas municipales.
- Ley 15/2001, LSOTEX.
- Ley 12/2010, de Impulso al Nacimiento y la Consolidación de Empresas.
- Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).
- Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).

5. Adquisición y legalización del libro de visitas

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

Documentación:

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

Organismo:

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

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

6. Solicitud Hojas de Reclamaciones

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

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

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

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

Plazo: Previo al inicio de la actividad.

B.1. Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

Exceptuando aquellos establecimientos e instalaciones industriales minoritarios que de acuerdo con su normativa específica necesiten con carácter previo a su puesta en funcionamiento la obtención de autorización administrativa del Órgano competente de la Consejería titular en materia de industria del Gobierno de Extremadura (Grupo I Decreto 49/2004), el promotor presentará la correspondiente la puesta en servicio de sus instalaciones siguiendo la Orden 12 de Diciembre 2005, que a continuación se describe:

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.

1. Comunicación previa sanitaria: Registro Sanitario Autonómico

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

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

Documentación:

- Comunicación previa

Organismo:

Centro de Salud del SES. D.G de Salud Pública

Resultado:

Inscripción en Registro Sanitario Autonómico

Plazo:

Antes del inicio de la actividad

Normativa:

- Real Decreto 191/2011, sobre el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos.
- Real Decreto 1376/2003, que establece las condiciones sanitarias de producción, almacenamiento y comercialización de las carnes frescas y sus derivados en establecimientos de comercio al por menor, modificado por el Real Decreto 728/2011.

2. Declaración responsable de inicio de actividad turística: Café-bar y establecimientos de ocio.

Las personas que vayan a iniciar y ejercer la actividad de café-bar y otros establecimientos de ocio (actividades turísticas) deberán presentar una declaración responsable de inicio de la actividad turística correspondiente, en los términos previstos en el artículo 48 de la Ley 2/2011 de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura.

La declaración responsable en estos casos (cafés-bares, heladerías, horchaterías, churrerías, etc...), se presentará en el Ayuntamiento donde radique el establecimiento. Este comunicará a la Consejería competente en materia de turismo, los datos de la

misma, al objeto de proceder a su inscripción en el Registro General Empresas y Actividades Turísticas de Extremadura.

Junto con la declaración responsable se presentará también la comunicación de precios, que el Ayuntamiento remitirá a la D.G. de Turismo.

Documentación:

1. Declaración Responsable en modelo correspondiente (depende de cada ayuntamiento)
2. Declaración de precios de los servicios ofertados.

Organismo:

Ayuntamiento

Plazo:

Antes del inicio de la actividad

Resultado:

- Inscripción en el Registro General Empresas y Actividades Turísticas de Extremadura.
- Se le entregará al titular el Libro de Inspección Turística, debidamente diligenciado, el cual estará a disposición de la inspección turística en todo momento, para reflejar las visitas e inspecciones que se lleven a cabo y sus circunstancias.

Normativas:

Ley/2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura (D.O.E: nº 22 de 02-02-2011).

Resolución de 8 de noviembre de 2011, del consejero, por la que se aprueban los modelos de declaración responsable para el inicio y ejercicio de actividades turísticas (D.O.E: nº 227 de 25-11-2011).

Decreto 181/2012, de 7 de septiembre, por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad Autónoma de Extremadura (D.O.E. nº 178 de 13/-09-2012).

Decreto 205/2012 de 15 de octubre por el que se regula el registro general de empresas y actividades turísticas de Extremadura.

12. Mapa de actividad

BAR – CAFETERÍA: ACTIVIDAD sujeta a COMUNICACIÓN AMBIENTAL - sin calificación urbanística Servicio de alimentación en cafés y bares con y sin comidas (673)

