



**#plandenegocio**

**elaboración y venta  
de pasteles y cupcakes  
ecológicos**

## ÍNDICE

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>6</b>
<b>3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....</b>	<b>8</b>
3. 1. Perfil de la persona promotora .....	8
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....</b>	<b>9</b>
4.1. Características de la oferta.....	9
4.2. Aspectos Diferenciales .....	10
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface.....	12
4.4. Propiedad Industrial e intelectual.....	14
<b>5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>15</b>
5.1 Características, tamaño y evolución del mercado.....	15
5.2. Análisis del entorno .....	18
5.3. Análisis de la demanda .....	28
5.4. Análisis de la competencia .....	31
<b>6. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>34</b>
6.1. Establecimiento de precios.....	34
6.2. Canales de distribución .....	35
6.3. Comunicación y promoción .....	36
<b>7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO</b>	<b>39</b>
7.1. Recursos físicos .....	39
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones .....	39
7.1.2. Equipamiento.....	40
7.1.3. Desarrollo productivo.....	41
7.2. Recursos humanos .....	42
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.....	42
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo .....	43
7.2.3. Gestión de los recursos humanos.....	44
7.3. Forma jurídica .....	45
<b>8. ANÁLISIS DAFO.....</b>	<b>46</b>
<b>9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>51</b>
9.1. Inversión inicial.....	51
9.1.1. Activo no corriente .....	51
9.1.2. Activo corriente.....	53

9.2. Fuentes de financiación.....	54
9.3. Previsiones de ingresos .....	56
9.4. Costes de producción.....	58
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal .....	59
9.6. Previsión de tesorería.....	62
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios .....	63
<b>10. PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>68</b>
10.1. Planificación de actividades.....	68
10.2. Guía de trámites.....	71
<b>11. MAPA DE ACTIVIDAD .....</b>	<b>94</b>

## 1. Resumen ejecutivo

A través de este proyecto se va a poner en marcha una actividad empresarial dirigida a la elaboración y venta al por menor de pasteles y cupcakes ecológicos. Para la elaboración de los pasteles y cupcakes, se utilizarán productos ecológicos de la Zona EUROACE, región formada por los la Comunidad Autónoma de Extremadura, y las regiones transfronterizas de Portugal: Centro y Alentejo.

La persona que va a emprender este negocio es natural de Extremadura y tiene 30 años. Posee una titulación de formación profesional de grado medio en pastelería y panadería y se ha especializado en la elaboración de cupcakes. Procede de una familia con tradición pastelera y su gran apuesta por la protección del medio ambiente le ha llevado a especializar su idea de pastelería en ecológica.

La clave en la diferenciación del negocio se centra en la elaboración de los productos a base de ingredientes ecológicos. Con ello, se otorga una garantía de calidad y un sabor insuperable, que hace de los pasteles y cupcakes ecológicos unos productos exclusivos.

La empresa dispondrá de un local comercial en régimen de alquiler situado en una calle comercial y concurrida del centro de Badajoz y sus 95 m<sup>2</sup> se dividirán en: obrador de pastelería, donde se realizarán los procesos y tareas necesarios para la elaboración de los productos; zona de venta al público; almacén; y aseos sanitarios.

Además, la página web de la empresa será la plataforma a través de la cual los/as clientes/as podrán conocer los productos de la empresa y solicitar pedidos.

La actividad empresarial supondrá un impulso económico para el sector agroalimentario ecológico, principalmente de la eurozona, al integrarlos como ingredientes en sus productos y ofrecer la posibilidad a los/as clientes/as de adquirirlos en forma de pasteles y cupcakes.

La zona EUROACE cuenta con un gran potencial en la industria agroalimentaria y con una importante capacidad de atracción debido al consolidado prestigio de sus productos alimenticios. La creación de la empresa de pasteles y cupcakes ecológicos es una forma inmejorable de aprovechar la demanda creciente de productos ecológicos. La actividad empresarial supone explotar los recursos endógenos de la región EUROACE, obteniendo así una ventaja competitiva respecto de otros negocios.

La empresa conjuga un modelo tradicional de empresa, como es una pastelería, con materias primas no convencionales, lo que le permitirá obtener productos finales de excelente calidad y sabor.

Los principales productos que se van a ofrecer son:

1. Tartas, entre las que se incluyen las más convencionales como las de chocolate y otras variedades más innovadoras.
2. Cupcakes, un producto de gran demanda, que se caracteriza por sus enormes posibilidades de decoración y variabilidad.
3. Dulces típicos de Extremadura, entre los que destacan: perrunillas, pestiños, roscas de vino, roscas de alfajor, bizcochos de reina, etc.
4. Dulces típicos del Alentejo y Centro de Portugal, entre los que destacan: pasteles de huevo, Sericaia, pasteles de Belém, tocino de cielo de Alentejo, Boleima Alentejo, barrigas-de-freira, pastel de almendra...

La estructura organizativa de la empresa se encuentra dividida en cuatro áreas de actuación: Departamento de Administración, en el que se desarrollan las tareas de administración, finanzas y cobros; Departamento de Producción, en el que los procesos productivos artesanales de cada pastel se diseñan y posteriormente se ejecutan para la obtención de los distintos productos; Departamento de Proveedores, que incluye tareas de selección, negociación y contratación con proveedores; y Departamento de Marketing, en el que se desarrollan las tareas de marketing y publicidad de la empresa.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los productos se requiere una inversión inicial de 39.197 € en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 49.000 €, de los que 19.000 € serán aportados inicialmente por la persona promotora del negocio, y el resto corresponde a un préstamo bancario a largo plazo por 30.000 €. Durante el **primer año, el resultado esperado antes de intereses y de impuestos (BAII) será de 9.443 €.** El punto de equilibrio se consigue con un volumen de ingresos de **55.176,5 €.**









## 4. Descripción de la oferta

### 4.1. Características de la oferta

La empresa ofrecerá productos convencionales como las tartas, por ser un producto altamente demandado. Los cupcakes son unos dulces cuya demanda ha crecido exponencialmente en los últimos años. La empresa ofrece este producto por su alto poder de atracción de clientela y por sus amplias posibilidades de variación.

Los dulces típicos de Extremadura y de las regiones transfronterizas de Portugal serán otros de los productos ofrecidos por la empresa. Son dulces tradicionales de gran atracción para residentes y turistas.

La oferta de productos de la empresa será la siguiente:

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Tartas	La variedad de tartas de la empresa es muy amplia: infantiles, de boda, de cumpleaños y para cualquier otro tipo de celebración. Destacan las tartas con producto ecológico como protagonista: manzana, mermeladas, naranjas, uvas...
Cupcakes	La empresa ofrece una gran variedad de cupcakes: con mermelada, de chocolate, de manzana, fresa, nata, vainilla, café... y amplias posibilidades de decoración.
Dulces típicos de Extremadura	Perrunillas, pestiños, roscas de vino, roscas de alfajor, bizcochos de reina, flores, moñitas extremeñas, suplicaciones extremeñas y dulce de castañas.
Dulces típicos del Alentejo y Centro de Portugal	Pasteles de huevo, Sericaia, Pasteles de Belém, tocino de cielo de Alentejo, Boleima Alentejo, barrigas-de-freira, Manjar Blanco, pastel de almendra, Pão de Ló” y “Ovos Moles”.



El concepto que se pretende transmitir es el de una pastelería artesanal, que se distingue de la industrial por:

- Ser más sana, sabrosa y de mayor calidad.
- Elaborar diariamente los productos.
- No utilizar conservantes ni sabores artificiales.
- Ofrecer productos recién hechos.
- Elaborar productos finales con ingredientes frescos de la zona.
- Dar a conocer a la clientela quién, cómo, y dónde se han producido los productos finales.
- Una relación directa con el/la cliente/a.

### **ATENCIÓN PERSONALIZADA**

La empresa ofrecerá una atención personalizada a la clientela en el propio local. El personal de la empresa tratará de forma cercana al/la cliente/a, prestando un dedicado asesoramiento y atención a sus necesidades. La finalidad de los/as empleados/as es ofrecer un servicio de calidad que sea percibido por el/la cliente/a.

### **PERSONALIZACIÓN**

El/la cliente/a podrá especificar la decoración que desea en el producto solicitado, previa comunicación de sus requerimientos a la empresa. Podrá elegir la decoración del pastel, pudiendo incluso aparecer un nombre, un mensaje, o decoración relacionada con algún tema.

### **APUESTA POR LOS PRODUCTOS LOCALES**

La empresa realiza una clara apuesta por el desarrollo local al elaborar sus pasteles y cupcakes exclusivamente con productos locales, suponiendo un impulso para la economía de la región.

### 4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

- Dulces saludables

La pastelería va a ofrecer una variada gama de productos alimenticios. Si bien los dulces son productos que deben ingerirse con moderación, los elaborados por esta empresa son especialmente nutritivos en contraposición con los alimentos con “calorías vacías”, que sólo aportan un gran valor energético y escaso aporte nutritivos. Por lo tanto, esta empresa otorga a la clientela la posibilidad de ingerir dulces en el que el aporte calórico va acompañado de nutrientes necesarios para el organismo. Es, en definitiva, una alternativa saludable de los dulces convencionales.

- Mayor preocupación por el medio ambiente

Según la Asociación Valor Ecológico, el consumo de productos ecológicos aumentó en 2011 un 6,6% en España. El mercado de consumo de productos ecológicos aumentó en dicho año en 60 millones de euros. Este incremento pone de manifiesto un cambio de tendencia y una gran capacidad de crecimiento del sector a pesar de la fuerte crisis económica. La presencia de España en este sector es cada vez mayor, de forma que el 35% de los alimentos de este tipo que se consumen en Europa son españoles. Los productos ecológicos presentan un gran número de ventajas anteriormente mencionadas, entre las que cabe destacar el mayor respeto por el medio ambiente.

Estos datos muestran un perfil de consumidor/a cada vez más preocupado/a por la conservación del medio ambiente. La conciencia ecológica es entender que el ser humano es dependiente de la naturaleza y responsable de su estado de conservación. Esta empresa va a satisfacer esa conciencia ecológica cada vez más extendida en la población.

- Modo de vida saludable

No sólo es tendencia el cuidado por el medio ambiente, sino también llevar un estilo de vida saludable y de culto al cuerpo. La alimentación ecológica es una forma alternativa de cuidarse, a las ya tradicionales. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 6% de las enfermedades degenerativas se deben a una mala alimentación. La importancia de comer bien no sólo radica en combinar adecuadamente los diferentes grupos de alimentos en la dieta sino en consumir productos de calidad. Las personas



#### 4.4. Propiedad Industrial e intelectual

Según la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), los títulos de Propiedad Industrial se refieren a las Invenciones (Patentes y modelos de utilidad), los Diseños Industriales (protegen la apariencia externa de los productos), los Signos Distintivos (protegen combinaciones gráficas y/o denominativas que ayudan a distinguir en el mercado unos productos o servicios de otros similares ofertados por otros agentes económicos) y las Topografías de Productos Semiconductores (protegen el esquema de trazado de las distintas capas y elementos que componen un circuito integrado, su disposición tridimensional y sus interconexiones, es decir, lo que en definitiva constituye su "topografía"). De todos los títulos de Propiedad Industrial, a esta empresa le interesa proteger su signo distintivo o marca comercial, porque ésta, será la manera en que la empresa distinga sus productos de los productos de la competencia. En este sentido, deberá atender a la regulación contenida en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

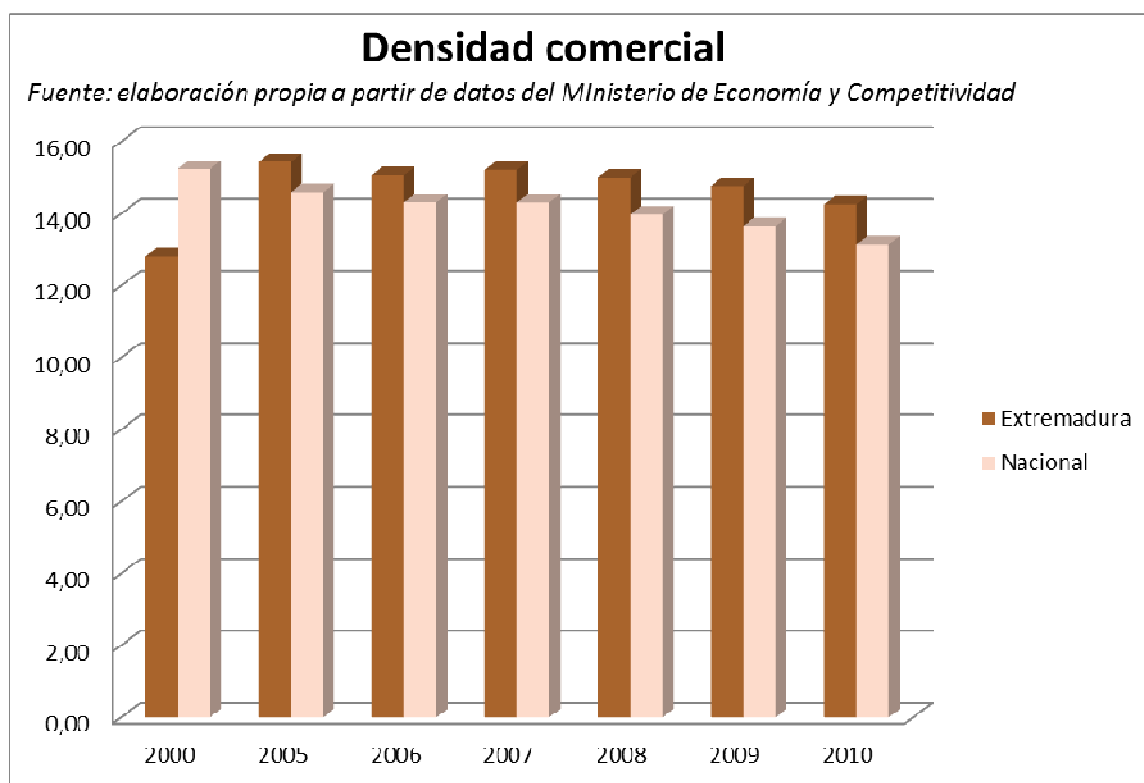
Según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, la propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los/as autores y a otros/as titulares (artistas, productores/as, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación. Son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro. En principio, esta empresa no creará obras o prestaciones protegidas por este tipo de derechos.

## 5. Análisis del mercado

### 5.1 Características, tamaño y evolución del mercado

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

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



En la siguiente tabla se muestran con mayor detalle los resultados del comercio al por menor en Extremadura y la media nacional. De esta manera, se estará en disposición de hacer una comparativa con los datos del comercio al por mayor. (Se excluyen los datos de comercio al por mayor y por menor de vehículos y motocicletas, salvo en el total del comercio).

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

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

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

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

Según el INE, a nivel nacional, las ventas del comercio al por menor han aumentado un 2,2% en septiembre en comparación con el mismo mes de 2012. Esto supone una vuelta a la tendencia positiva tras 38 meses de descensos interanuales consecutivos. Por modos de distribución, todos han incrementaron sus ventas en septiembre: empresas unilocalizadas (+3,1%), pequeñas cadenas (+2,36%), las grandes superficies como los hipermercados (+2,4%), y las grandes cadenas (+1,5%). Esta empresa es una tienda unilocalizada, comúnmente conocida como “tienda de barrio”, por lo que las previsiones de ventas son positivas.

Por otra parte, hay que hacer especial mención al boom que han supuesto los pastelitos americanos, más conocidos como cupcakes, a nivel internacional. Puede decirse que su entrada en el mercado español de manera importante ha tenido lugar en el año 2011. No obstante ya existía en EE.UU. desde el siglo XIX, aunque es ahora cuando se ha alcanzado su mayor popularidad donde incluso se ha creado el “*National Cupcake Day*”, en el que muchas reposterías y cafeterías famosas ofrecen promociones a su clientela o le regalan un cupcake al comprar alguno de sus productos.





## 5.2. Análisis del entorno

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

Extremadura cuenta en 2012 con una superficie ecológica registrada de 74378.57 hectáreas según la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente y Energía. La importancia de esta región a nivel nacional es media, porque si bien el peso del sector de producción ecológica en otras Comunidades es mucho mayor (por ejemplo en Andalucía), no es de las más rezagadas en cuanto al desarrollo de dicho sector.

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

Como se puede apreciar, esta empresa podrá disponer de una gran cartera de empresas proveedoras de materias primas ecológicas. Los productos ecológicos que ofrece la EUROACE y que podrán ser adquiridos por la empresa son, entre otros: cereales, salsas, aceite de oliva, harina, frutas, mermeladas, etc.

Según la el Informe “Una estrategia para la Eurorregión Alentejo-Centro-Extremadura. EUROACE 2020.” la agricultura e industria agroalimentaria se identifican como sectores estratégicos en la EUROACE, pues el porcentaje de población que realiza una actividad económica directamente relacionada, alcanza el 20% en algunos municipios de la EUROACE.

A nivel nacional, el entorno económico de crisis generalizada, no ha supuesto una bajada notable en el consumo de alimentos ecológicos. De hecho, España registró un crecimiento significativo del gasto en productos ecológicos en torno al 7%. Por lo que se muestra como un sector emergente pese a la coyuntura económica.

El Gobierno de Extremadura, a través de la Dirección General de Ordenación Industrial y Comercio, ha diseñado un Plan de Estímulo al Comercio Minorista para que los/as comerciantes extremeños/as cuenten con más medidas consensuadas para mejorar la capacidad competitiva.





- **Unión Europea**

No existe normativa armonizada en la Unión Europea sobre los productos de confitería, pastelería, bollería y repostería. En su ausencia son aplicables diversas disposiciones comunitarias de carácter horizontal, relacionadas con los alimentos en general, que inciden sobre determinados aspectos regulados por la mencionada reglamentación técnico-sanitaria, dejándolos sin aplicación. Actualmente se encuentran armonizadas en la UE mediante:

Reglamento (CE) 852/2004, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativos a la higiene de los productos alimenticios.

Reglamento (CE) 2073/2005, de la Comisión, de 15 de noviembre, relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios.

- **Precio de venta a los consumidores**

Decreto-Ley nº 162/1999 de 13/05/1999

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

Decreto- Ley nº 138/1990 de 26/04/1990

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

- **Aditivos**

Real Decreto 2001/1995, de 7 de diciembre, por el que se aprueba la lista positiva de aditivos colorantes autorizados para su uso en la elaboración de productos alimenticios, así como sus condiciones de utilización.

Real Decreto 2002/1995, de 7 de diciembre, por el que se aprueba la lista positiva de aditivos edulcorantes autorizados para su uso en elaboración de productos alimenticios, así como sus condiciones de utilización.

Real Decreto 142/2002, de 1 de febrero, por el que se aprueba la lista positiva de aditivos distintos de colorantes y edulcorantes para su uso en la elaboración de productos alimenticios, así como sus condiciones de utilización.

- **Sanidad**

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (B.O.E. núm. 287, de 30 de noviembre). La Ley 1/2007 dedica su Capítulo III al derecho a la protección de la salud y seguridad de los/as consumidores/as.

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 640/2006, de 26 de mayo, 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 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agro-alimentaria.

Decreto 138/2002, de 8 de octubre, por el que se establecen las normas relativas a la formación de los manipuladores de alimentos y al procedimiento de autorización de empresas y entidades de formación de manipuladores de alimentos en la Comunidad Autónoma de Extremadura. (Diario Oficial de Extremadura nº 119 de fecha 15/10/2002).

Orden de 14 de enero de 2003, por la que se establecen normas para el desarrollo de la formación de manipuladores de alimentos en la Comunidad Autónoma de Extremadura (Diario Oficial de Extremadura nº 9 de fecha 21/1/2003).

- **Licencia de apertura.**

La solicitud de la licencia de apertura al Ayuntamiento es un trámite previo y obligatorio al inicio de la actividad de la empresa, que autoriza únicamente al desarrollo de las actividades contempladas en la misma conforme a la legislación vigente.

- **Registro**

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

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

Decreto-Ley Nº 462/1999 de 11/05/1999.

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

- **Certificación de las PYME**

Decreto-Ley Nº 143/2009 de 06/16/2009.

Ministerio de Economía e Innovación. Resumen: se modifica el Decreto-Ley Nº 372/2007 de 6 de noviembre, se crea la certificación de las PYME.

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

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

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

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

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

- **Comercio al por menor no sedentaria**

Decreto nº 191/2013 de 05/24/2013.

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

Ley Nº 27/2013 de 12/04/2013.

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

- **Comercio Electrónico**

Decreto-Ley nº 62/2009, de 03.10.2009.

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

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

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

- **Derechos del/la Consumidor/a**

Decreto-Ley nº 67/2003 de 08/04/2003.

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

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

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

- **Las garantías de los bienes de consumo**

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

Ministerio de Economía e Innovación. Resumen: Primera modificación del Decreto-Ley Nº 67/2003, de 8 de abril, la transposición al ordenamiento jurídico nacional la Directiva Nº 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Decreto-Ley Nº 67/2003, de fecha 2003-04-08.

Presidencia del Consejo de Ministros. Resumen: Se incorpora a la legislación nacional de la Directiva Nº 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo, sobre determinados aspectos de la venta de bienes de consumo y garantías asociadas, y de modificación. Ley nº 24/96 de 31 de julio.

- **Higiene y Seguridad en Tiendas**

Ley Nº 102/2009 de 09/10/2009.

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

Ley Nº 113/1999 de 03/08/1999.



Asamblea de la República. Resumen: se modifica el Decreto-Ley nº 347/93, de 01 de octubre, establece el régimen jurídico de la promoción de la seguridad y salud en el trabajo.

Ordenanza Nº 987/1993 de 06/10/1993.

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

Decreto-Ley nº 347/1993 de 01/10/1993.

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Resumen: La transposición al ordenamiento jurídico nacional la Directiva Nº 89/654/CEE del Consejo, de 30 de noviembre, de disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.

- **Horario de apertura de tiendas**

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

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

Decreto-Ley 48/1996, de 05/15/1996.

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

- **Libro de quejas**

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

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

Ordenanza Nº 896/2008 de 18/08/2008.

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

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

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

Decreto- Ley Nº 371/2007 de 11/06/2007.

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

Ordenanza Nº 1288/2005 de 12.15.2005.

Consejería de Economía e Innovación, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Resumen: La adopción del modelo, edición, precio, suministro y distribución del libro dice ser proporcionada por los/as proveedores/as de bienes y prestadores/as de servicios.

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

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

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

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

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

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

Ley Nº 41/ 2004, de 08/18/2004.

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



### 5.3. Análisis de la demanda

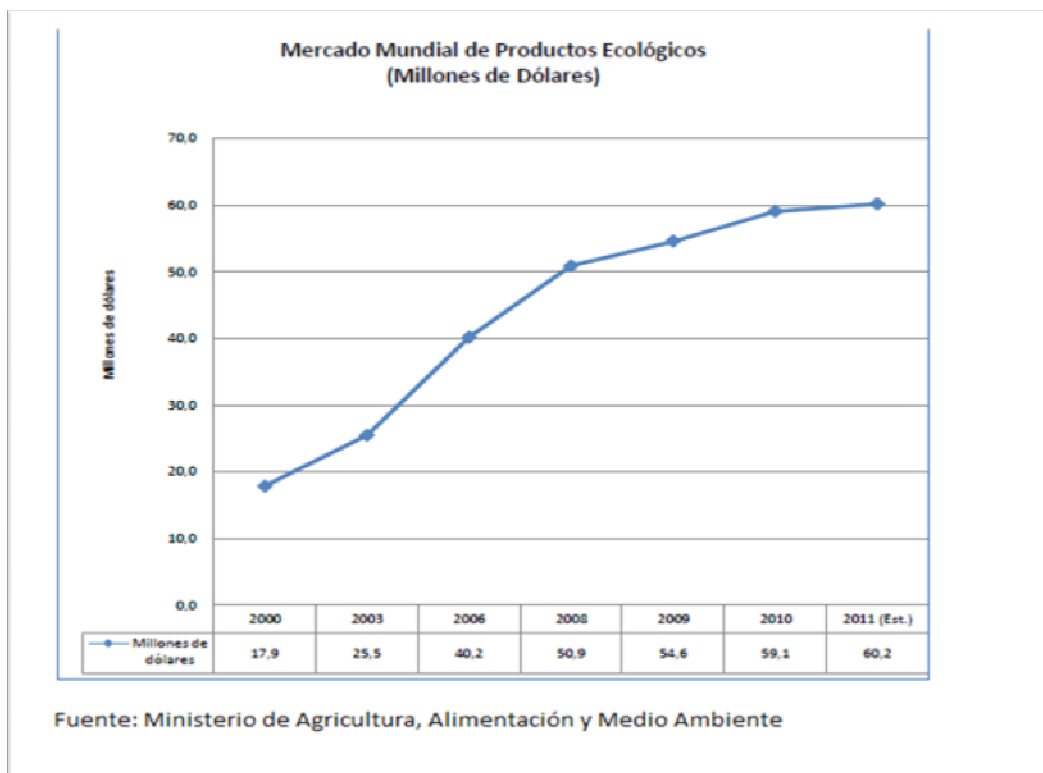
La empresa se dirigirá a dos tipos de clientela:

#### 1. Clientes/as particulares

Estos/as clientes/as acuden principalmente por motivos de cercanía para la compra, por lo que suelen ser familias residentes en las zonas de inmediación del local o que transitan por ellas.

La empresa, por la exclusividad y gran diferenciación de sus productos, también atraerá a personas residentes en zonas no cercanas al local que se hayan desplazado para adquirir los productos.

Según el Ministerio de Agricultura, Alimentación, y Medio Ambiente, en su informe sobre la “Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor, volumen y mercado” de Septiembre de 2012, el mercado mundial de productos ecológicos se encuentra en crecimiento constante. El informe consta del siguiente gráfico ilustrativo, en el que se muestra una clara senda creciente:



Según el informe “El perfil del consumidor de alimentos ecológicos” de noviembre de 2011, del entonces Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, el perfil de los/as consumidores/as de alimentos ecológicos se caracteriza por una mayor proporción de mujeres y de personas jóvenes. Las personas consumidoras de productos ecológicos se distribuyen por toda la geografía, aunque con mayor presencia en las grandes urbes.

Según dicho informe, los/as consumidores/as de estos productos serán principalmente de clase alta y media-alta, con un nivel de formación superior a la media. Además, en su gran mayoría pertenecerán a la población ocupada.

El informe refleja un dato esencial para la empresa, pues declara que los/as consumidores/as prefieren adquirir productos locales, cultivados cerca de su lugar de residencia. Esta empresa, al elaborar los productos con alimentos ecológicos de la zona EUROACE, estará atendiendo a esta preferencia de las personas consumidoras ecológicas.

La frecuencia media de consumo de productos ecológicos es de 2 veces por semana, y el consumo de dulces, mermeladas y miel, entre otros, es el sexto mayor consumo, después de la fruta, vegetales, pollo, carne y lácteos.

Por tanto, tras el análisis de estos datos, se puede concluir que la demanda potencial de la empresa la componen las personas residentes en la ciudad de Badajoz y que tienen una edad entre 20 y 44 años. Actualmente, esta cifra asciende a 56.799 personas según datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística.

## **2. Comercios como cafeterías, restaurantes, supermercados, etc.**

Para este negocio, será fundamental abrirse un hueco de mercado ya que permite mayores volúmenes de producción y, con ello, una mayor rentabilización de la inversión. También dará a conocer sus productos.

La empresa, para mantener este tipo de clientela, será puntual y rigurosa en tener listo el pedido. Se atenderán a comercios de la localidad del negocio y a localidades cercanas. En principio no se prevé el reparto. Si bien, la empresa se planteará el servicio de reparto al/la cliente/a cuando el negocio se vaya consolidando y se pueda ampliar la red comercial.



## 5.4. Análisis de la competencia

La empresa se dedica a la elaboración y comercialización de pasteles y cupcakes ecológicos. Es un producto muy especializado por lo que será difícil encontrar empresas competidoras que ofrezcan los mismos productos.

Sin embargo, en sentido amplio se puede hablar de dos tipos principales de competencia:

- Empresas competidoras que realizan la venta directa de productos de similares características a los de esta empresa: establecimientos de pastelería artesanal, supermercados, tiendas de comestibles, y demás establecimientos que vendan productos de pastelería.
- Empresas competidoras que se dedican a la elaboración de productos de pastelería, que pueden ser otros obradores artesanales o pastelerías industriales.

Según la Encuesta Anual de Comercio del Instituto Nacional de Estadística español, el comercio al por menor (excepto de vehículos de motor y motocicletas) en el año 2011 registró los siguientes datos:

Número de empresas	465.387
Número de locales	566.762
Volumen de negocio	217.287.574
Valor de la producción	65.696.679

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos económicos en miles de euros*

Para el caso concreto de Extremadura, el comercio al por menor, en el año 2011, se caracteriza por las siguientes magnitudes:

Número de locales	14.482
Volumen de negocio	4.234.569
Sueldos y salarios	319.337
Inversión en activos materiales	43.903
Personal ocupado	33.152

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos económicos en miles de euros*

De acuerdo con el CNAE 2009, la actividad se incluye en el epígrafe 47.24 Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados. Los datos que presenta este subgrupo para el año 2011 son los siguientes:

<b>4724 Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados</b>	
Número de empresas	20.769
Número de locales	25.684
Volumen de negocio	2.753.346
Valor de la producción	1.794.195
Valor añadido a precios de mercado	1.048.678
Valor añadido al coste de los factores	1.045.853

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos económicos en miles de euros

Portugal, el año 2008, contaba con 164.687 empresas dedicadas al comercio al por menor (excepto de vehículos de motor y motocicletas) y obtuvieron un volumen de negocio de 47.586,6 miles de euros.

Debido a que esta empresa no sólo comercializa sino también elabora los alimentos, hay que tener en cuenta los datos de las actividades 1071.- Fabricación de pan y de productos frescos de panadería y pastelería y 1072.- Fabricación de galletas y productos de panadería y pastelería de larga duración, los cuales se integran en el epígrafe 107 del CNAE 2009.

La competencia directa la conformarán aquellos comercios de productos de repostería de cercanía, de pequeño tamaño, con no más de 20 trabajadores/as. La evolución en el número de empresas en España para estas actividades con menos de 20 empleados/as es la siguiente:

	2011	2012	2013
107 Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	10.214	10.061	9.937
472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	104.310	104.077	103.832

Fuente: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística

A nivel de Extremadura, el número de empresas en los tres últimos años es el siguiente:

	2011	2012	2013
107 Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	530	540	529
472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	3.003	3.069	3.216

Fuente: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística



Para analizar la competencia de la empresa, hay que estudiar estos datos más desagregados, a nivel de municipio. A través del DIRCE, sólo se pueden obtener los datos de las actividades 10 y 47 para las provincias extremeñas:

**Nº de locales con menos de 20 asalariados o ninguno en el año 2013**

	BADAJOS	CÁCERES
10 Industria de la alimentación	774	562
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	9.618	5.693

Fuente: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística

No se han constatado en Extremadura pastelerías especializadas en cupcakes elaborados a partir de ingredientes ecológicos.

## 6. Plan de Marketing

## 6.1. Establecimiento de precios

La calidad de las materias primas utilizadas, el proceso artesanal llevado a cabo y la clientela de medio-alto o alto poder adquisitivo llevan a establecer los siguientes precios de venta:

SERVICIO	PRECIO
Tartas	Precio por unidad: 30 €
Cupcakes	Precio por unidad: 3 €
Dulces típicos de Extremadura	Precio medio: 3,5 €
Dulces típicos de Alentejo y Centro de Portugal	Precio medio: 3,5 €

En cuanto a los productos típicos de Extremadura, Centro y Alentejo de Portugal, el precio dependerá del producto en concreto que adquiera el/la cliente/a, pero de media, el producto adquirido tendrá un precio de 3,5 €.





## Acciones

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

1. Marketing directo. La empresa llegará de forma directa al/la cliente/a utilizando medios publicitarios como anuncios en prensa y en radio.

La empresa se anunciará en revistas cuyos/as lectores/as sean clientes/as potenciales. Existen diversas revistas que profundizan en temas de ecologismo, salud, alimentación natural y formas de vida alternativas y sostenibles.

Además, contratará el diseño e impresión de folletos publicitarios para el reparto a través de buzono.

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

2. Marketing indirecto: las recomendaciones por parte de clientes/as de la empresa serán esenciales para dar a conocer el negocio. A tal fin, se crearán perfiles en las principales redes sociales, a través de las cuales se publicarán las novedades en productos y los diseños más originales de los cupcakes que se elaboren. Los/as clientes/as podrán compartir sus opiniones sobre la calidad, variedad, sabores...de los productos.

3. Marketing relacional. El personal de la pastelería realizará visitas a supermercados, cafeterías, restaurantes...ya que es una eficaz forma de dar a conocer los productos de la empresa y otorgarles la posibilidad de que puedan adquirirlos. También se acudirá a ferias nacionales e internacionales relacionadas con la repostería y la alimentación ecológica. Algunos ejemplos son:

- Feria Extrema-Bío (organizada por Asociación de Empresarios Ecológicos extremeños) sobre los productos ecológicos de Extremadura. Tiene lugar en el Paseo de Cánovas, Cáceres, entre los meses de octubre y noviembre.
- Feria Nacional de Agricultura Ecológica de Portugal, que tiene lugar en Oporto entre noviembre y diciembre.
- Feria Nacional de Agricultura Ecológica de España. Se celebra en Córdoba entre los meses de octubre y noviembre.

- ECOCULTURA, la Feria Hispanolusa de Productos Ecológicos. Se celebra en el Recinto Ferial IFEZA, en Zamora en el mes de octubre.
  - Feria Biocultura, la feria de productos ecológicos y consumo responsable. Tiene lugar en Valencia en el mes de marzo, en Barcelona en mayo, en Bilbao en octubre y en Madrid en noviembre.
  - Feria Bioterra, la feria europea de productos biológicos. Tiene lugar en Irún en el mes de junio.
  - Expo Eco Salud, el salón de la salud y de la calidad de vida. Se celebra en Barcelona en el mes de abril.
  - SIGEP 2014. Salón internacional de heladería, pastelería y panadería que tiene lugar en Rimini (Italia).
  - ALIMENTARIA. El Salón de referencia para la industria de alimentación y bebidas. Se celebra en Barcelona entre los meses de marzo y abril.
  - INTERSICOP 2014. El Salón Internacional de Panadería, Confitería e Industrias Afines de referencia para el Sur de Europa. Se celebra en Madrid en el mes de octubre.
4. 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.



### 7.1.2. Equipamiento

- **Equipo informático**

Será necesario contar con un equipo informático completo para la facturación de la clientela. Así, la empresa deberá contar con un ordenador, procesadores de texto, conexión a Internet, una impresora, un scanner. También será necesario contar con todas las licencias de software necesarias para el uso de las distintas aplicaciones y programas.

- **Maquinaria**

Para la preparación de la masa será necesario:

- Amasadora
- 2 Balanzas
- Batidora- mezcladora
- Cuenta litros

La empresa necesitará un equipo de refrigeración:

- Cámara de conservación de 0 / +5 °C
- Cámara de congelación: -18 / -20 °C
- Estanterías para cámaras refrigeradoras

Un horno modular con campana de extracción de vapores y estufa de fermentación.

Una mesa de trabajo, un carro pastelero y bandejas, todo de acero inoxidable.

Necesitará un lavaplatos y un fregadero.

Deberá contar con una envasadora y una máquina divisora.

También necesitará bandejas, cubiertos, guantes, mascarillas, manoplas, jarras, vasos, platos, moldes, rodillos diversos y, mangas pasteleras, espátulas, tijeras, recipientes, batidores manuales, etc.

- **Mobiliario y decoración**

La zona destinada a la atención al público contendrá 2 vitrinas refrigeradas y 2 muebles-estantes y tres expositores de sobremesa. Todos estos muebles auxiliares permitirán exponer los productos al público.



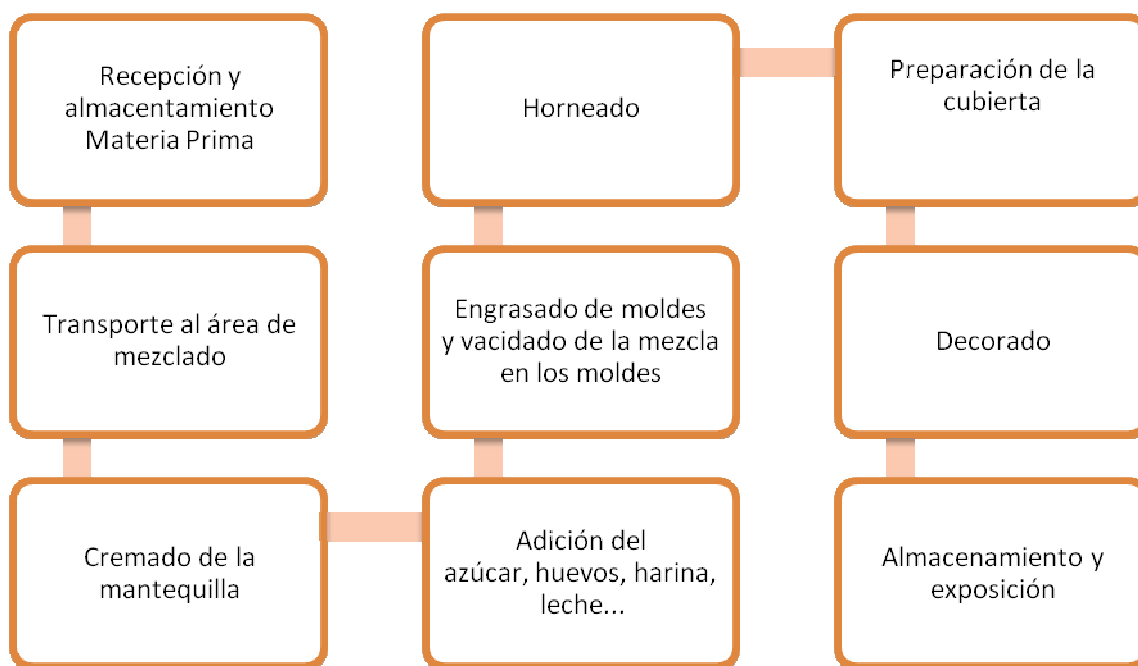
También requerirá un peso eléctrico.

### 7.1.3. Desarrollo productivo

- **Elaboración**

La empresa, en primer lugar, obtendrá toda la materia prima de las empresas proveedoras para poder elaborar los pasteles y cupcakes ecológicos, que se colocarán en el almacén de la empresa conservándose en sus propios envases o contenedores. Las materias primas que lo requieran serán llevadas a las cámaras de conservación o congelación. Los/as trabajadores/as de la empresa realizarán las tareas de producción en torno a las 5 de la madrugada para poder tener los productos disponibles a las 8 de la mañana.

En general el proceso productivo llevado a cabo será el siguiente:



- **Venta y reparto**

La tienda abrirá a las 8 de la mañana, hora a la que tendrá ya a disposición del público los pasteles y cupcakes recién elaborados.

## 7.2. Recursos humanos

Inicialmente la empresa contará con un/a empleado/a y el/la promotor/a.

### 7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

La estructura organizativa de la empresa se encuentra dividida en cuatro áreas de actuación:

*Departamento de Administración*, en el que se desarrollarán tareas de administración, finanzas y cobros.

*Departamento de Producción:* los procesos productivos artesanales de cada uno de los pasteles se diseñan y posteriormente se ejecutan para la obtención de los distintos productos.

*Departamento de Proveedores:* incluye tareas de selección, negociación, y contratación con proveedores.

*Departamento de Marketing*, en el que se desarrollarán las tareas de Marketing y Publicidad de la empresa.

La responsabilidad del Departamento de Marketing y Proveedores es exclusiva de la persona emprendedora. En el resto de departamentos, la responsabilidad se reparte entre el/la emprendedor/a y el/la empleado/a. Se subcontratarán los servicios de de gestoría, y la creación de la página web.

El organigrama de la empresa atenderá a la siguiente estructura:



### 7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

Todos los/as empleados/as de la empresa deberán estar en disposición del carnet de manipulador/a de alimentos. Destacan dos tipos de puestos:

#### *Gerente*

El/la gerente será la propia persona emprendedora del negocio, que deberá cumplir los requisitos establecidos en la legislación laboral en materia de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo, referida al personal a su cargo. Por lo tanto, deberá disponer de los permisos y licencias de tipo laboral que sean precisos.

Se encargará de:

- Organización y gestión del negocio: Control financiero y planificación de objetivos.
- Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
- Control del funcionamiento y mantenimiento del equipamiento.
- Control de los procesos de elaboración y manipulación de los productos.
- Contacto con empresas proveedoras.
- Control de calidad y de las reclamaciones
- Publicidad y promoción.

Al inicio del negocio, también elaborará los distintos productos.

El/la gerente, podrá encargar algunas actividades a una asesoría externa.

#### *Repostero/a*



### 7.3. Forma jurídica

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

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

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

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

Para obtener más información acerca de esta forma jurídica o de otras posibles, puede consultarse el Portal PYME del Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través del siguiente enlace:

<http://www.ipyme.org/es-ES/CreacionEmpresas/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

También se puede obtener información a través del Punto de Activación Empresarial del Gobierno de Extremadura:

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

## 8. Análisis DAFO

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

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de nueva creación</li> <li>- Desplazamiento demanda</li> <li>- Percepción alto precio de los productos ecológicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumo concentrado de productos ecológicos</li> <li>- Alta inversión</li> <li>- Producción industrial</li> <li>- Fidelidad hacia la competencia</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carácter social</li> <li>- Diferenciación</li> <li>- Localización</li> <li>- Mejoras ambientales</li> <li>- Mejor aprovechamiento de los recursos endógenos</li> <li>- Cualificación y experiencia</li> <li>- Dulces saludables</li> <li>- Variada oferta</li> <li>- Posibilidades de personalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia en producción ecológica</li> <li>- Apoyo institucional</li> <li>- Aumento de la concienciación medioambiental y ecológica</li> <li>- Crecimiento del mercado de productos ecológicos.</li> <li>- Crecimiento del mercado de productos alimenticios de calidad y seguros</li> <li>- Aproximación del precio de los productos ecológicos a los tradicionales</li> <li>- Competencia</li> <li>- Nuevas tecnologías</li> </ul>

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

### CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida, pues aún no opera en el mercado. Para corregir esta debilidad, se llevará a cabo una estrategia de comunicación de acceso al mercado, para dar a conocer la empresa. Una vez captados/as los/as primeros/as clientes/as, deberá realizar acciones destinadas a la fidelización de los/as mismos/as.
- Desplazamiento demanda. Es posible que gran parte de la clientela potencial de la empresa prefiera comprar dulces de la competencia porque no sepa apreciar o no valore la innovación introducida. La empresa deberá incidir en que su producto es una creación mejorada del producto tradicional.

- Precio de los productos ecológicos. El/la consumidor/a asocia a los productos ecológicos un precio mayor que a los convencionales, aunque en realidad esto no tiene por qué ser así. La empresa deberá incidir en la calidad de sus productos, de forma que el/la consumidor/a supere esa barrera del alto precio asociado a los productos ecológicos. La empresa también podrá lanzar promociones y ofertas para acabar con ese tipo de convicciones.

## MANTENER LAS FORTALEZAS

- Carácter social. La empresa fomenta el desarrollo local, al adquirir materias primas de la zona, con lo que supone un apoyo para las empresas productoras locales y un impulso a la economía regional.

- Diferenciación. Una de las fortalezas que presenta la empresa es lo innovadora que resulta su oferta, al combinar productos convencionales como los dulces con materias primas ecológicas.

- Localización. La ubicación de la empresa gozará de una localización geográfica privilegiada, al estar situada en una zona de carácter estratégico en cuanto al prestigio que goza la zona por su gastronomía. Además, está situada próxima a numerosos operadores ecológicos, que serán sus proveedores. Es importante que se mantenga dicha localización.

- Mejoras ambientales. Con el desarrollo de la actividad de la empresa se consigue el fomento de la producción y el consumo de productos ecológicos. Al apostar por alimentos de producción ecológica, se está contribuyendo a una explotación sostenible de los recursos naturales de la zona, lo cual es muy valorado por la clientela potencial.

- Mejor aprovechamiento de los recursos endógenos. La gastronomía de la EUROACE es famosa por su calidad, sabor, propiedades y prestigio. Una pastelería capaz de aprovechar estos recursos se situará en ventaja respecto de otras que se limitan a ofrecer productos convencionales.

- Cualificación y experiencia. El perfil profesional del/la promotor/a y de los/as empleados/as, con alta experiencia en la repostería artesanal, es un claro factor de garantía de éxito para este negocio.

- Dulces saludables. La empresa elabora dulces especialmente saludables y nutritivos gracias a sus materias primas ecológicas y a su proceso de elaboración artesanal, que

evita las consecuencias perjudiciales de la producción industrial en masa. Para mantener esta fortaleza, la empresa deberá continuar con su proceso de elaboración artesanal de pasteles e informar a la clientela sobre todos los aspectos positivos de la misma.

- Variada oferta: la empresa ofrece una variada oferta, desde los productos más tradicionales de Extremadura hasta los pasteles tipo cupcakes, que presentan una elevada demanda en la actualidad. Además, ofrece pasteles típicos de la zona transfronteriza de Portugal, a diferencia de las otras pastelerías de la zona.

- Posibilidades de personalización: La empresa permite que el/la cliente/a haga ciertas especificaciones sobre la decoración de los pasteles. Las tartas y cupcakes son los pasteles susceptibles de este tipo de personalización. La empresa deberá analizar más posibilidades de personalización, a través de las tendencias del mercado y su propia creatividad, ya que ello otorga mucha capacidad de atracción de clientela.

## EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Importancia en producción ecológica. Extremadura es la tercera comunidad autónoma de España con mayor número de empresas productoras ecológicas, con un porcentaje del 9,6% y es la cuarta comunidad en España en términos de superficie ecológica inscrita, con un 4,9% del total de superficie según el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. La empresa, deberá investigar qué posibilidades de creación de pasteles novedosos a base de productos ecológicos de la zona se pueden elaborar.

- Apoyo institucional. Se aprecia un importante apoyo por parte del Gobierno de Extremadura hacia el sector minorista de la región. Como ejemplo, cabe destacar el ya mencionado Plan de Estímulo al Comercio Minorista del Gobierno de Extremadura. La empresa debe aprovechar esta oportunidad de conseguir apoyo y asesoramiento por parte de las instituciones.

- Aumento de la concienciación medioambiental y ecológica. Cada vez es mayor la concienciación de la población sobre la necesidad de cuidar el medio ambiente. La agricultura ecológica respeta y favorece el desarrollo de la naturaleza, fomentando la diversidad biológica en todo el sistema y manteniendo la fertilidad del suelo. Por lo tanto, esta empresa, al fomentar este tipo de comportamientos ecológicos, satisface las necesidades de la clientela, atendiendo a su demanda de desarrollo sostenible.



- Crecimiento del mercado de productos ecológicos. Según el MAGRAMA, en su informe sobre la “Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor, volumen y mercado” de Septiembre de 2012, el mercado de productos ecológicos viene creciendo ininterrumpidamente hasta alcanzar los 59.100 millones de dólares USA en 2010. Por lo tanto, se muestra el creciente interés de los/as consumidores/as por este tipo de productos que hay que aprovechar.
- Crecimiento de la demanda de productos alimenticios de calidad y seguros. Según el informe “Una Estrategia para la Eurorregión Alentejo-Centro-Extremadura. EUROACE 2020”, se constata una “demanda creciente de productos alimenticios de calidad y seguros”. Esto demuestra una clara oportunidad para la empresa de pasteles y cupcakes ecológicos, pues supone que su demanda potencial está en crecimiento.
- Aproximación del precio de los productos ecológicos a los tradicionales. Según el informe sobre la “Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor, volumen y mercado” de Septiembre de 2012, se está constatando la aproximación de los precios de los alimentos ecológicos a los de los alimentos convencionales, gracias a la incorporación de tecnologías e innovaciones, en la producción, la industrialización y sistemas de comercialización. La empresa debe propiciar que este tipo de informaciones sean de conocimiento general, pues así conseguirá que clientes/as de clase media o media-baja sean también potenciales clientes/as.
- Competencia. En la zona EUROACE la especialización en pastelería ecológica es prácticamente nula. La creación de una empresa especializada en pasteles ecológicos cubrirá las carencias de esta zona, tratando de responder a la demanda potencial.
- Nuevas tecnologías. Las Tecnologías de la Información y Comunicación dotan al sector de amplias posibilidades de desarrollo y competitividad.

## AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Consumo concentrado de productos ecológicos. Según el MAGRAMA, en su informe sobre la “Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor, volumen y mercado” de Septiembre de 2012, el consumo de productos ecológicos se concentra en muy pocos mercados mundiales, un 94% del consumo se concentra en 15 mercados. Estados Unidos, acapara el 45% y Alemania el 14%. España se encuentra muy retrasada, en un décimo puesto con sólo el 2% del mercado



## 9. Valoración y análisis financiero

### 9.1. Inversión inicial

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

#### 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 de 95m<sup>2</sup>, en el que se va a desarrollar la actividad, será en régimen de alquiler y estará ya acondicionado.

**Instalaciones Técnicas, Maquinarias y Herramientas:**

Instalaciones	Precio	Unidades	Importe
<b>Cámara de conservación</b>	1.800	1	1.800
<b>Cámara de congelación</b>	2.000	1	2.000
<b>Horno modular</b>	12.000	1	12.000
<b>Fregadero</b>	200	1	200
		<b>TOTAL</b>	<b>16.000</b>

Maquinaria	Precio	Unidades	Importe
<b>Amasadora</b>	1.100	1	1100
<b>Batidora-mezcladora</b>	1.000	1	1000
<b>Lavaplatos</b>	800	1	800
<b>Envasadora</b>	250	1	250
<b>Máquina divisora</b>	1200	1	1200
		<b>TOTAL</b>	<b>4.350</b>

Equipamiento	Precio	Unidades	Importe
Balanzas	150	2	300
Cuenta litros	400	1	400
Estanterías para cámaras	120	3	360
Mesa de trabajo	600	1	600
Carro pastelero	400	1	400
Bandejas	10	30	300
Peso eléctrico	300	1	300
		TOTAL	2.660

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

El utillaje comprenderá las bandejas, cubiertos, guantes, mascarillas, manoplas, jarras, vasos, platos, moldes, rodillos diversos y, mangas pasteleras, espátulas, tijeras, recipientes, batidores manuales, etc. El coste ascenderá a 1.500 €

En cuanto al mobiliario, la empresa deberá adquirir 2 vitrinas refrigeradas, 2 mueble-estantes y tres expositores de sobremesa. Todos estos muebles auxiliares permitirán exponer los productos al público. El valor de estos elementos asciende 3.450 €.

**Equipos Informáticos:** Ordenador, pantalla, periféricos, impresora...El coste total es de 1.000 €.

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

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

**Fianzas:** La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades, lo que supone un coste de 1.425 €.

### 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 incluyen las materias primas necesarias para comenzar la actividad, los envases y plásticos para envasarlas y servir las al público. El coste del stock inicial será de 450 €.

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

#### INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones		21%	0
Instalaciones	16.000	21%	16.000
Maquinaria	4.350	21%	4.350
Equipamiento	2.660	21%	2.660
Mobiliario	3.450	21%	3.450
Utillaje	1.500	21%	1.500
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	1.000	21%	1.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
<b>Total Inmovilizado Material</b>	<b>28.960</b>		<b>28.960</b>
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	1.600	21%	1.600
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.425	21%	1.425
<b>Total Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>3.025</b>		<b>3.025</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>			<b>31.985</b>
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	450	10%	450
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			9.803
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>450</b>		<b>450</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>32.435</b>		<b>32.435</b>
Total IVA SOPORTADO	6.762		6.762
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
<b>Total Necesidades Iniciales</b>	<b>39.197</b>		<b>39.197</b>
			<b>49.000</b>





### 9.3. Previsiones de ingresos

El primer año será el año en el que la empresa intente introducirse en el mercado. La empresa iniciará su actividad el 1 de enero. De esta forma, se prevé que en los primeros meses se produzcan pocas ventas, y éstas comiencen a crecer de manera más importante a partir del mes de abril, mes en el que ya habrá conseguido darse a conocer.

Los ingresos se van a estimarán en función de la capacidad actual calculada en base la capacidad del horno, al número de horneadas, a los recursos humanos y a los horarios. Así mismo, influirá en estas estimaciones la estacionalidad de la demanda.

Con estos condicionantes, en el primer trimestre de la actividad se prevé que las ventas no superen el 10%. En los meses 4 y 5 se espera un aumento de la demanda de los productos elaborados por la empresa ya que comienza a hacer efecto la campaña de comunicación. Se estima que la capacidad empleada será del 45%.

Durante los meses de verano, (meses 6, 7 y 8) disminuye la demanda de los productos, ya que el clima caluroso, hace que la clientela se decante por otros productos más refrescantes como los helados. Se estima que la empresa trabaje al 35% de su capacidad.

Durante los meses 9 y 10, se prevé un aumento de la demanda gracias al clima menos caluroso, que hace más apetecible estos productos. La empresa empleará el 70% de su capacidad.

El mes 11, consigue un aumento de las ventas a un 90% gracias a los frutos de las acciones de marketing.

En el mes 12, la empresa espera aumentar la capacidad empleada a un 100%, ya que durante las Navidades, el consumo de dulces aumenta notablemente.

Para el caso de las cupcakes, al ser un producto de moda, su demanda será mayor a la descrita en un 20% hasta llegar a su 100%.



**PREVISIÓN DE INGRESOS**

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
<b>Tartas</b>													
Nº Productos 1	20	20	20	86	86	67	67	67	134	134	154	192	1.049
Precio	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Ingresos	600	600	600	2.592	2.592	2.016	2.016	2.016	4.032	4.032	4.608	5.760	<b>31.464</b>
Coste Producto	190,00	190,00	190,00	820,80	820,80	638,40	638,40	638,40	1.276,80	1.276,80	1.459,20	1.824,00	9.963,60
<b>Cupcakes</b>													
Nº Productos 2	130	130	130	858	858	726	726	726	1.188	1.188	1.320	1.320	9.300
Precio	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Ingresos	390	390	390	2574	2574	2178	2178	2178	3564	3564	3960	3960	<b>27.900</b>
Coste Producto	156,00	156,00	156,00	1.029,60	1.029,60	871,20	871,20	871,20	1.425,60	1.425,60	1.584,00	1.584,00	11.160,00
<b>Dulces típicos de Extremadura</b>													
Nº Productos 3	100	100	100	486	486	378	378	378	756	756	864	1.080	5.862
Precio	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	
Ingresos	350	350	350	1701	1701	1323	1323	1323	2646	2646	3024	3780	<b>20.517</b>
Coste Producto	125	125	125	608	608	473	473	473	945	945	1080	1350	7.327,50
<b>Dulces típicos de Alentejo y Centro</b>													
Nº Productos 4	100	100	100	486	486	378	378	378	756	756	864	1.080	5.862
Precio	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	
Ingresos	350	350	350	1701	1701	1323	1323	1323	2646	2646	3024	3780	<b>20.517</b>
Coste Producto /Servicio	125	125	125	608	608	473	473	473	945	945	1080	1350	7.327,50
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>1690</b>	<b>1690</b>	<b>1690</b>	<b>8568</b>	<b>8568</b>	<b>6840</b>	<b>6840</b>	<b>6840</b>	<b>12888</b>	<b>12888</b>	<b>14616</b>	<b>17280</b>	<b>100.398</b>
Iva repercutido	354,9	354,9	354,9	1799,28	1799,28	1436,4	1436,4	1436,4	2706,48	2706,48	3069,36	3628,8	21083,58
Facturado a clientes	2045	2044,9	2044,9	10367,28	10367,28	8276,4	8276,4	8276,4	15594,48	15594,48	17685,36	20908,8	<b>121.482</b>
Cobros del periodo	2044,9	2044,9	2044,9	10367,28	10367,28	8276,4	8276,4	8276,4	15594,48	15594,48	17685,36	20908,8	121481,58
Cobros periodos anteriores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>2045</b>	<b>2045</b>	<b>2045</b>	<b>10367</b>	<b>10367</b>	<b>8276</b>	<b>8276</b>	<b>8276</b>	<b>15594</b>	<b>15594</b>	<b>17685</b>	<b>20909</b>	<b>121.482</b>

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

## 9.4. Costes de producción

Los costes de producción previstos serán aquellos asociados a los envoltorios o envases de los productos. También integrarán los costes de producción las materias primas necesarias para la elaboración de los productos (harina, azúcar, huevo, etc.). La cifra de consumos se ha calculado como un porcentaje del precio de los productos.

### COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos	
Producto 1	9,50	1.048,80	9.963,60	
Envase	0,50			
Materia prima	9,00			
Producto 2	1,20	9.300,00	11.160,00	
Envase	0,30			
Materia prima	0,90			
Producto 3	1,25	5.862,00	7.327,50	
Envase	0,20			
Materia prima	1,05			
Producto 4	1,25	5.862,00	7.327,50	
Envase	0,20			
Materia prima	1,05			
			35.778,60	TOTAL

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

### Gastos generales

En cuanto a los gastos generales, se incluyen los gastos fijos necesarios para el desarrollo de la actividad: suministros, alquiler, etc. A continuación se muestran todos ellos en la siguiente tabla:

#### COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
<b>Compras:</b>	596	596	596	3.065	3.065	2.455	2.455	2.455	4.592	4.592	5.203	6.108	35.779
Envases	89	89	89	495	495	403	403	403	726	726	818	924	5.659
Materias primas	507	507	507	2.570	2.570	2.052	2.052	2.052	3.866	3.866	4.385	5.184	30.119
<b>Gastos fijos:</b>	1.713	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	18.680
Promoción comercial	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Servicios Exteriores (gestoría y prof. independientes)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet)	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4.680
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	170												170
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros													0
Gastos I+D													0
Alquileres	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	8.550
Gastos diversos (otros tributos...)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
<b>TOTAL GASTOS y compras</b>	<b>2.309</b>	<b>2.139</b>	<b>2.139</b>	<b>4.608</b>	<b>4.608</b>	<b>3.997</b>	<b>3.997</b>	<b>3.997</b>	<b>6.135</b>	<b>6.135</b>	<b>6.746</b>	<b>7.651</b>	<b>54.459</b>
Iva soportado	361	361	361	879	879	751	751	751	1.200	1.200	1.328	1.518	10.342
Total Pagos	2.669	2.499	2.499	5.487	5.487	4.748	4.748	4.748	7.335	7.335	8.074	9.169	64.801

## Gasto de personal

El gasto de personal incluye el sueldo de la persona emprendedora y el salario del/la repostero/a.

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

### GASTOS DE PERSONAL

AÑO 1													
Categoría/ puesto/ funciones	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
<b>Repostero/a 1</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.960
<b>Coste empresa</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>1.330</b>	<b>15.960</b>
<b>Promotor/a 1</b>													
Salario Bruto	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Seguridad Social (260 €)	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
<b>Coste trabajador autónomo</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>1.460</b>	<b>17.520</b>
<b>COSTE EMPRESA TOTAL</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>33.480</b>



## 9.6. Previsión de tesorería

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

### FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
<b>COBROS:</b>													
Cobros de las ventas		2.045	2.045	2.045	10.367	10.367	8.276	8.276	8.276	15.594	15.594	17.685	20.909
Prestamo a Corto Plazo		2.500											
Préstamo a Largo Plazo	30.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Capital aportado	19.000												
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>49.000</b>	<b>4.545</b>	<b>2.045</b>	<b>2.045</b>	<b>10.367</b>	<b>10.367</b>	<b>8.276</b>	<b>8.276</b>	<b>8.276</b>	<b>15.594</b>	<b>15.594</b>	<b>17.685</b>	<b>20.909</b>
<b>PAGOS:</b>													
Pagos sueldos		2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790
Pago compras y gastos generales		2.669	2.499	2.499	5.487	5.487	4.748	4.748	4.748	7.335	7.335	8.074	9.169
Pago IVA a Hacienda								2.525			2.877		
Devolución capital préstamos		224	226	227	229	230	232	233	235	236	238	239	2.741
Pago intereses	600	265	212	209	207	204	201	198	196	193	190	187	184
Pago de las inversiones	39.197	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>39.797</b>	<b>5.948</b>	<b>5.727</b>	<b>5.726</b>	<b>8.712</b>	<b>8.711</b>	<b>7.971</b>	<b>10.495</b>	<b>7.969</b>	<b>10.554</b>	<b>13.430</b>	<b>11.291</b>	<b>14.884</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>9.203</b>	<b>-1.403</b>	<b>-3.682</b>	<b>-3.681</b>	<b>1.655</b>	<b>1.656</b>	<b>305</b>	<b>-2.218</b>	<b>308</b>	<b>5.040</b>	<b>2.165</b>	<b>6.395</b>	<b>6.025</b>
<b>SALDO FINAL DE TESORERÍA</b>	<b>9.203</b>	<b>7.800</b>	<b>4.118</b>	<b>437</b>	<b>2.092</b>	<b>3.748</b>	<b>4.053</b>	<b>1.835</b>	<b>2.143</b>	<b>7.183</b>	<b>9.348</b>	<b>15.743</b>	<b>21.767</b>

Para hacer frente a la tesorería del primer año, la persona promotora decide solicitar un crédito bancario a corto plazo con las siguientes características:

**AMORTIZACIÓN CRÉDITO**

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	2.500
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	50
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	2.500,00
Importe de Intereses:	95,80
Coste total operación:	<b>2.595,80</b>
Cuota Mensual (a):	216,32
Cuota Anual	2.595,80
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

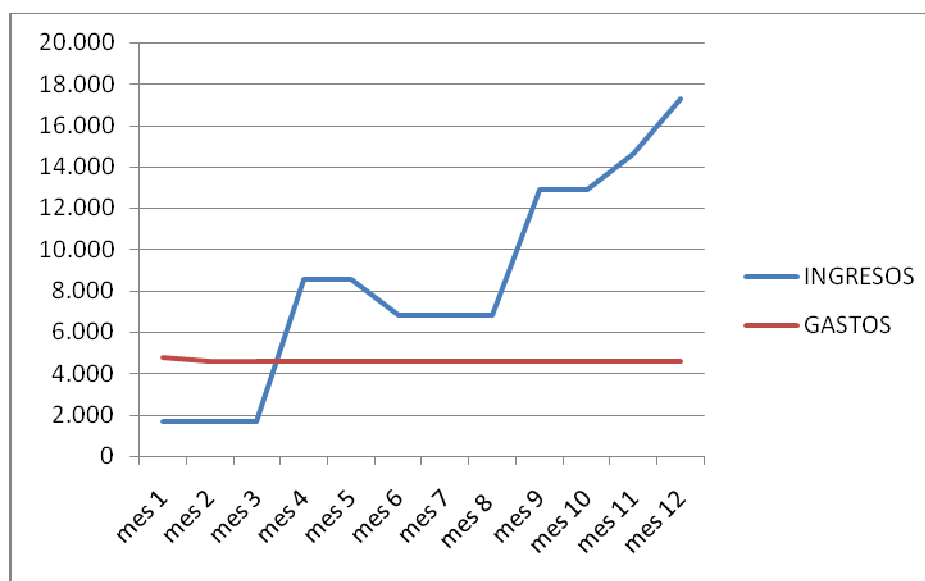
**9.7. Análisis de resultados, balances y ratios**

Cuentas de resultados mensuales el primer año del proyecto:

**CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	1.690	1.690	1.690	8.568	8.568	6.840	6.840	6.840	12.888	12.888	14.616	17.280	100.398
CONSUMOS	0	596	596	596	3.065	3.065	2.455	2.455	2.455	4.592	4.592	5.203	6.108	35.779
margen bruto	0	1.094	1.094	1.094	5.503	5.503	4.385	4.385	4.385	8.296	8.296	9.413	11.172	64.619
Gastos de personal	0	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	2.790	33.480
Gastos variables	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos	0	1.713	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	1.543	18.680
Amortizaciones	0	251	251	251	251	251	251	251	251	251	251	251	251	3.017
Total gastos	0	4.754	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	55.177
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-3.660	-3.490	-3.490	919	919	-198	-198	-198	3.712	3.712	4.829	6.588	9.443
Gastos financieros	600	253	209	207	205	202	200	197	194	192	189	187	184	3.019
Beneficio antes de impuestos	-600	-3.913	-3.699	-3.697	714	717	-398	-395	-393	3.520	3.522	4.642	6.404	6.424
IRPF (al 20 %)														1.285
RESULTADO DEL EJERCICIO	-600	-3.913	-3.699	-3.697	714	717	-398	-395	-393	3.520	3.522	4.642	6.404	5.139

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Aportado	19.000
<b>Activo no corriente</b>	<b>28.969</b>	Resultado del Ejercicio	4.607
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	512
Edificios y Construcciones	0	Subvenciones	0
Instalaciones	16.000	Otros (detallar)	0
Maquinaria	4.350	<b>Patrimonio Neto</b>	<b>24.118</b>
Equipamiento	2.660		
Mobiliario	3.450	Préstamos bancarios a largo	24.188
Utillaje	1.500	<b>Pasivo no corriente</b>	<b>24.188</b>
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	1.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-2.412	Préstamos bancarios a corto plazo	3.022
<b>Inmovilizado material</b>	<b>26.549</b>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	5.358
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor por IRPF)	1.280
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...)	1.425		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-605		
<b>Inmovilizado inmaterial</b>	<b>2.420</b>		
Existencias, materias primas...	450		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	6.780		
Clientes	0		
Tesorería	21.767		
<b>Activo corriente</b>	<b>28.997</b>	<b>Pasivo Corriente</b>	<b>9.659</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>57.966</b>	<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>57.966</b>



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

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,00
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	19.338,20
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	1,40
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	9,41%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,71
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	16,29%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	21%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	5%
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	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	55.176,50 €

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra las ventas necesarias para comenzar a obtener beneficios y se estima en 55.176,50 €.

El primer año el negocio, ya presenta un margen de beneficios positivo, un 16,29%, lo que refleja el potencial de la empresa.

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	45%	14%	12,5%	11%
Crecimiento de la cifra de consumos	45%	14%	13%	11%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	87%	27%	21%	18%

Para calcular la estimación de los ingresos de los primeros 5 años de actividad de la empresa, se ha establecido que la empresa incremente sus ventas en el segundo año en un 70% de su capacidad de trabajo, lo cual se corresponde con un crecimiento del 44,58%. 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 diferentes productos ofertados.

En los siguientes años, las ventas van aumentando un 10% de su capacidad (80%, 90% y 100% respectivamente) lo que se traduce en un incremento del 14%, 12,5% y 11%, debido a que siguen dando frutos las labores comerciales y de publicidad, pero no lo hacen de manera tan intensa como en el segundo año.

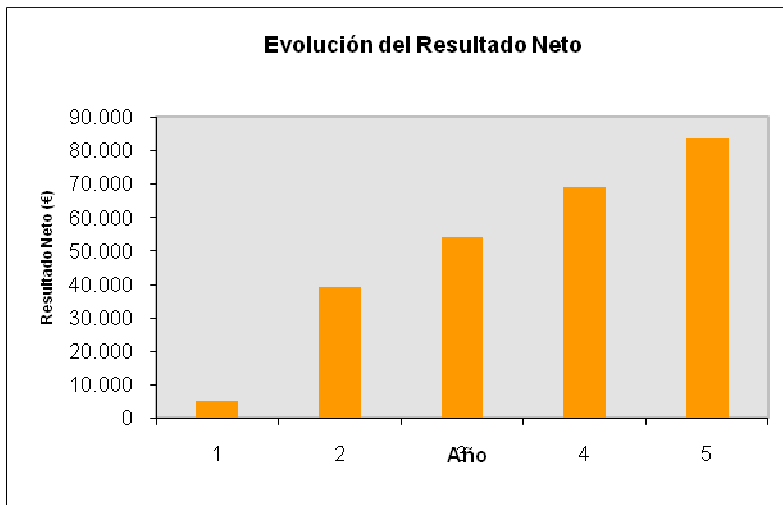
Se prevé que en el año 5 la empresa pueda utilizar el 100% de su capacidad, y a partir del año 6 pueda ampliar su estructura.

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

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

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	100.398,00	145.155	165.884	186.619	207.334
Consumos	35.778,60	36.852	37.958	39.096	40.269
margen bruto	64.619	108.303	127.926	147.523	167.065
% margen bruto sobre ventas	64%	75%	77%	79%	81%
Gastos de personal	33.480,00	34.150	34.833	35.529	36.240
Gastos variables mensualmente:	0,00	0	0	0	0
Amortización de activos	3.017	3.017	3.017	3.017	3.017
Gastos fijos:	18.680,00	19.054	19.435	19.823	20.220
Total gastos	55.176,50	56.220	57.284	58.369	59.476
Beneficio antes de impuestos e intereses	9.443	52.084	70.642	89.154	107.589
Gastos financieros	3.045	3.045	3.045	3.045	3.045
Beneficio antes de impuestos	6.398	49.039	67.597	86.109	104.544
IRPF (20%)	1.280	9.808	13.519	17.222	20.909
RESULTADO DEL EJERCICIO	5.118	39.231	54.078	68.887	83.635

La gráfica de evolución del resultado neto es:



## 10. Plan de Acción

### 10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial.

Las actividades que se pretenden realizar durante el año son:

1. Búsqueda de empresas proveedoras, y estudio de las condiciones del mercado. Duración estimada 6 meses.
2. Búsqueda de financiación. Duración estimada 6 meses.
3. Diseño de la oferta de productos y de su elaboración. Duración estimada 6 meses.
4. Contratación de elaboración de página web. Se encuentra en la fase de búsqueda de proveedores de este servicio. Duración estimada 3 meses.
5. Campaña de marketing inicial. Duración estimada: 6 meses.
6. Búsqueda, selección y contratación de repostero/a. Duración estimada: 2 meses.
7. Elección de la localización en Extremadura. Duración estimada: 2 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

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

1	Búsqueda de empresas proveedoras
2	Búsqueda de financiación
3	Diseño de oferta
4	Página web
5	Campaña de marketing inicial
6	Selección y contratación

Responsable de las actividades: la persona emprendedora.

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definida su imagen corporativa, la cual va a potenciar a través de la web corporativa donde se insertarán los diseños más creativos de cupcakes y los productos se ofrecen.

- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez que se haya creado la web y contactado con las empresas proveedoras.

- Plan económico-financiero

- Aportaciones de la persona emprendedora.
- Búsqueda de financiación ajena.

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico
  - La forma jurídica empresario/a individual no tiene legislación específica. En su actividad empresarial, está sometido a las disposiciones generales del Código de Comercio de 1885 en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil Español en materia de derechos y obligaciones.
  - Solicitud de licencia de apertura.
  - Contrato de alquiler de local y apertura de cuenta en entidad financiera.
  - Suscripción de seguros obligatorios.
- Fiscal
  - Alta en censo de actividades económicas.
  - Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) para autónomos/as.
- Laboral

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



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.





- 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.



- 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, OGU VAT 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 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.



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 iniciaría bajo la exclusiva responsabilidad del titular de la actividad y del técnico que haya realizado la certificación.

#### 4. Declaración Responsable/Licencia Urbanística de usos y actividad

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

En estos casos, una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del

cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística iniciado en el punto 2.

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

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

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.
- 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.



- 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.2. Trámites específicos

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

Las industrias del pan, bollería, pastelería y galletas, son actividades que generan residuos, y conforme a lo dispuesto en la Ley 22/2011 de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados, deberán realizar una comunicación previa al inicio de la actividad de producción de residuos.

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

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

### Documentación:

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

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

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

### Legislación:

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

## 2. Autorización de emisiones de actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera



Están sometidas al **régimen de autorización** de emisiones la construcción, montaje, explotación, traslado o modificación sustancial de aquellas instalaciones en las que se desarrolla algunas de las actividades del **grupo A ó B** del catalogo de actividades potencialmente contaminadoras de la atmosfera establecidas por la ley 34/2007 de 15 de noviembre y por el Real Decreto 100/2011, de 28 de enero, por el que se actualiza el catálogo de actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera y se establecen las disposiciones básicas para su aplicación.

En el caso de la actividad que nos ocupa, los **hornos de pan, masas diversas y galletas con capacidad de producción superior a las 10.000 toneladas al año** se clasifican dentro del **grupo B**, debiendo por tanto someterse a autorización. Cuando la capacidad de producción sea inferior a la cantidad anterior, la actividad no se clasifica en ninguno de los grupos y no es necesaria la realización de ningún trámite adicional.

**Organismo:** Dirección General de Medio Ambiente

**Documentación:**

- Modelo de solicitud de autorización
- Fotocopia compulsada de escritura de la propiedad que acredite la titularidad de la instalación y en su caso poder bastante de representación.
- Proyecto básico (copia en papel y en formato electrónico)

**Plazo:** Antes de iniciar la actividad. El plazo máximo notificar la resolución será de 3 meses.

**Resultado:** Autorización.

**Legislación:**

- Ley 34/2007, de 15 de noviembre, de calidad del aire y protección de la atmósfera.
- Real Decreto 100/2011, de 28 de enero, que actualiza el catálogo de actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera y se establecen las disposiciones básicas para su aplicación.

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





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.

#### **4. Autorización previa de funcionamiento e inscripción en Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos**

Los establecimientos que manipulen los productos de origen animal para los que el anexo III del Reglamento 853/2004 establece requisitos (entre los cuales se encuentran la leche cruda y los productos lácteos), no ejercerán su actividad a menos que la autoridad competente los haya autorizado.

Asimismo, todas las empresas dedicadas a la producción, transformación, elaboración y/o envasado de alimentos destinados al consumo humano tienen que estar inscritas en el Registro Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos.

Se recomienda que el promotor consulte antes de empezar las obras con los servicios veterinarios del SES, al objeto de que estos asesoren sobre los requisitos exigibles y de la documentación que debe disponer.

El promotor solicita la autorización e inscripción en el Registro una vez acabadas las obras. Los servicios veterinarios, una vez realizada la visita de inspección, comprueban que cumplen con la legislación y que disponen de toda la documentación necesaria (plan de autocontrol, memoria, memoria con planos, etc.). A continuación, se emite informe favorable y se remite a la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, la cual procede a inscribirla en el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos.

El promotor no podrá iniciar la actividad hasta que no disponga del número asignado.

**Documentación:** Solicitud de autorización/inscripción.

**Organismo:** Presentación en el Centro de Salud. Resuelve la Dirección General de Salud Pública del SES.

**Plazo:** Antes del inicio de actividad.

**Resultado:** Autorización y número de Registro Sanitario.

**Normativa:**





## 11. Mapa de actividad

