



OBRADOR PASTELERÍA

Índice

AUTODIAGNÓSTICO COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS	2
EQUIPO EMPRENDEDOR	2
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD. PRODUCTOS Y SERVICIOS	2
ANÁLISIS DE MERCADO	4
MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	8
RECURSOS TÉCNICOS	9
RECURSOS HUMANOS	11
DIGITALIZACIÓN EN LA EMPRESA	12
FORMA JURÍDICA	12
LEAN CANVAS	12
ANÁLISIS DAFO	12
PLAN DE ACCIÓN	13

PLAN DE EMPRESA GENERAL

Datos del Proyecto

Nombre del proyecto empresarial	Obrador Pastelería
Ciudad	Acebo (Cáceres)
Promotor/a/es	Nombre Apellido 1 Apellido 2
CNAE	C1071 - Fabricación de pan y de productos frescos de panadería y pastelería
IAE	14191 - INDUSTRIA DEL PAN Y BOLLERIA
Forma jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada

AUTODIAGNÓSTICO COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Los archivos PDF de autodiagnóstico se añadirán como anexos al final del plan de empresa.
Autodiagnóstico del promotor/a: Nombre Apellido 1 Apellido 2

EQUIPO EMPRENDEDOR

Esta iniciativa será impulsada por una única persona emprendedora, constituyéndose como empresario/a individual. Su perfil será el siguiente:

La persona que va a emprender este negocio es natural de Badajoz (Extremadura), y tiene 30 años. Posee una titulación de Formación Profesional de Grado Medio en Pastelería y Panadería, y ha realizado un curso de especialización en cupcakes motivada por la fuerte entrada que esta tendencia está haciendo en el mercado nacional.

Procede de una familia con tradición pastelera, por lo que ha trabajado en el sector desde los 18 años, en la empresa familiar. En dicha empresa, ha elaborado tanto piezas de pan como pastelería tradicional pacense. Su gran apuesta por la protección del medioambiente la ha llevado a especializar su idea de pastelería en ecológica.

En cuanto a sus habilidades personales, se trata de una persona con orientación a los detalles, con paciencia, creatividad y dedicación.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Características

El proyecto consiste en la creación de una empresa de elaboración y venta de pasteles y cupcakes ecológicos. La actividad principal de la empresa será por tanto la elaboración artesanal de dichos productos utilizando materia prima procedente de la agricultura ecológica de la zona, fomentando el conocimiento y la adquisición de productos ecológicos y suponiendo un impulso para el sector de la alimentación ecológica en la Zona EUROACE.

La elección de la idea viene condicionada por cuatro factores:

1. La industria agroalimentaria, es junto con el turismo y las energías renovables uno de los sectores en los que la EUROACE goza de ventajas competitivas relevantes que la posicionan favorablemente en el contexto nacional e internacional. De hecho, es una actividad tradicional e identificativa de la región, en especial, de Extremadura y del Alentejo. El territorio de la Eurorregión cuenta con características excepcionales para la producción ecológica de aceite, cereales, frutas, harinas, etc. Además, sus productos alimenticios cuentan con un gran prestigio, en gran parte, gracias al gran número de denominaciones de origen que garantizan una calidad excelente.
2. La alimentación ecológica está teniendo un peso importante en los últimos años. Los/as consumidores/as están cada vez más concienciados/as con el medioambiente y con la dieta saludable, factores ambos que inciden en un potencial interés por los productos ecológicos. En los territorios que conforman la zona EUROACE (Extremadura, Centro de Portugal y Alentejo) existe un número importante de operadores en la cadena de valor de la alimentación ecológica, desde elaboradores, a transformadores y comercializadores, lo cual facilita en gran medida el desarrollo de la actividad empresarial que en este plan se contempla.

- 3.El perfil profesional de la persona promotora de la idea es idóneo para el diseño de un producto tan innovador como el que se propone.
- 4.La inversión inicial es baja y la diferenciación respecto de las empresas competidoras es muy alta, al ofrecer un producto novedoso y con mayor valor añadido que el de la competencia.

Aspectos Diferenciales

La principal ventaja diferencial respecto del resto de empresas competidoras es el mejor aprovechamiento de los recursos endógenos de la zona.

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.

Cobertura de Necesidades

Se destacan los siguientes:

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.

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. Se elaborarán también dulces típicos del **Alentejo y centro de Portugal** que también son demandados en la zona.

En la siguiente tabla se describen un poco más cada uno de los productos mencionados:

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”.

Propiedad Industrial

El proyecto requiere elaborar una imagen corporativa acorde a los valores y objetivos del mismo, por este motivo se está procediendo a diseñar un logotipo que acompañará al nombre del negocio.

Una vez diseñada, la imagen corporativa se procederá a proteger ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (www.oepm.es), el nombre y el signo distintivo.

ANÁLISIS DE MERCADO

Características del mercado

Las políticas actuales trabajan para convertir nuestros sistemas alimentarios en sistemas saludables, sostenibles medioambientalmente y socialmente que se basen en una protección de la salud humana y planetaria.

Convertir la alimentación en algo saludable y que a la vez sea sostenible desde el punto de vista medioambiental es una prioridad actualmente de todos los gobiernos, a nivel nacional, europeo e internacional.

En esta línea La unión Europea, está llevando a cabo una estrategia: De la granja a la mesa que está en el corazón del Pacto Verde Europeo, cuyo objetivo es hacer que los sistemas alimentarios sean justos, saludables y respetuosos con el medio ambiente.

Concretamente, los objetivos concretos que establece esta estrategia para transformar el sistema alimentario de la UE, son los siguientes:

- Reducir un 50 % el uso y el riesgo de plaguicidas.
- Reducir como mínimo un 20 % el uso de fertilizantes.
- Alcanzar un 25 % de tierras agrícolas dedicadas a la agricultura ecológica.
- Reducir en un 50% el desperdicio de alimentos en 2030.

Añadir a todo esto que, 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.

Las empresas de comercio menor existentes en Extremadura, según el Directorio Central de Empresas de INE en 2019 se pueden ver en el siguiente gráfico:

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Directorio Central de Empresas del INE

En abril de 2022 según el Índice General del Comercio Minorista del INE (ICM), las ventas a precios constantes del comercio minorista registraron en Extremadura una variación mensual positiva del 6% con relación al mes anterior (2% a nivel nacional).

Por Comunidades Autónomas, en abril de 2022 el Índice de ocupación, en tasa anual, aumentó en todas, excepto en Ceut. Como puede observarse el comportamiento en Extremadura es similar a la media nacional.

Análisis del Entorno

El mercado, en este caso, es maduro, y la normativa a cumplir sobre la elaboración y comercialización de los productos artesanos que se van a vender, está bastante clara y consolidada.

Pero hay que tener en cuenta todos los aspectos que se enumeran a continuación, al tratarse de la elaboración y comercialización de productos alimenticios.

Aspectos jurídicos

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista y la elaboración de productos de confitería.

En cuanto al comercio minorista, en España se regula principalmente por:

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria a la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

Ley orgánica 1/1992, de 21 de febrero, sobre Protección de la Seguridad Ciudadana en la que se regulan las medidas de seguridad en establecimientos.

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

Decreto-Ley 3/2012, de 19 de octubre, de estímulo de la actividad comercial.

Y en cuanto a la confitería, destacar:

Real Decreto 496/2010, de 30 de abril, por el que se aprueba la norma de calidad para los productos de confitería, pastelería, bollería y repostería (BOE de 14 de mayo de 2010). Este Real Decreto deroga el Real Decreto 2419/1978, de 19 de mayo de 1978, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de productos de confitería-pastelería, bollería y repostería.

• **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 Nº 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).

- **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 n º 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.

Ley Nº 67 /1998, de 18/08/1998.

Asamblea de la República. Resumen: Ley de Protección de Datos de Carácter Personal (transposición al ordenamiento jurídico portugués la Directiva N º 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, sobre la protección de las personas físicas respecto al tratamiento de datos personales ya la libre circulación de estos datos.

Las ventas en un precio reducido

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

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

Certificados de profesionalidad

Real Decreto 646/2011, de 9 de mayo, por el que se establecen trece certificados de profesionalidad de la familia profesional Industrias alimentarias que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad y se actualiza el certificado de profesionalidad establecido como anexo I en el Real Decreto 1380/2009, de 28 de agosto. Queda derogado el Decreto 2024/1996, de 6 de septiembre, por el que se establece el certificado de profesionalidad de la ocupación de Pastelero/a. Se establece un certificado de profesionalidad equivalente, el de Pastelería y confitería.

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 intermediación del local o que transiten 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.

- **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.

Análisis de la Competencia

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.

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.

MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

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:

Canales de Distribución

La empresa puede comercializar sus productos de diferentes maneras:

1. La venta directa a la clientela de los productos ofertados a través de la red: la página web de la empresa permitirá al/la cliente/a conocer los productos de la empresa y realizar encargos.
2. La venta directa de los servicios mediante la atención a la clientela en el local destinado para ello: los/as clientes/as que visiten la tienda podrán conocer y comprar los productos que deseen.
3. Venta directa por teléfono: se pondrá a disposición de los/as clientes/as un número de teléfono destinado a la atención a la clientela y la recepción de pedidos.
4. Venta directa a las empresas que sean potenciales clientes: un/a trabajador/a de la empresa se encargará de visitar a potenciales clientes como las cafeterías, los restaurantes, supermercados e informar sobre la oferta de pasteles y cupcakes ecológicos. En esos propios establecimientos se pondrá concertar la venta de los productos.

Ferias: las ferias locales, nacionales e internacionales sobre alimentación ecológica, ferias gastronómicas, ferias sobre pastelería, confitería y repostería, etc. La participación de la empresa en este tipo de eventos permitirá dar a conocer la empresa a la clientela potencial y a comercializar sus productos.

Comunicación y Promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El target de la empresa se segmenta en dos grupos:

- 1. Clientes/as particulares: serán todas aquellas personas preocupadas por el medio ambiente y por el consumo de productos sin agentes químicos.
- 2. Comercios: cafeterías, restaurantes, supermercados, tiendas, etc. que deseen ofrecer al público la posibilidad de adquirir los productos elaborados por esta empresa a través de sus establecimientos.

Mensaje

El mensaje que se pretende transmitir es el de una pastelería tradicional que ofrece productos de elaboración artesanal de muy alta calidad, realizados a base de materias primas ecológicas que configuran un producto final más saludable y nutritivo. Es una nueva forma de consumir dulces menos perjudiciales para el organismo que los pasteles tradicionales.

Estrategia

Las estrategias de comunicación van a ser las siguientes:

- 1. Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en una elaboración exquisita de sus productos, prestando especial atención a las materias primas con las que se crearán los pasteles, a fin de conseguir un producto muy superior al de la competencia. El objetivo es ofrecer una imagen profesional y mostrar un total dedicación por el/la cliente/a.
- 2. Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante un marketing directo, un marketing indirecto, un marketing relacional y experiencial.

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 acudirán a ferias nacionales e internacionales relacionadas con la repostería y la alimentación ecológica. Algunos ejemplos son:

- oFeria 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.
- oFeria Nacional de Agricultura Ecológica de Portugal, que tiene lugar en Oporto entre noviembre y diciembre.
- oFeria Nacional de Agricultura Ecológica de España. Se celebra en Córdoba entre los meses de octubre y noviembre.
- oECOCULTURA, la Feria Hispanolusa de Productos Ecológicos. Se celebra en el Recinto Ferial IFEZA, en Zamora en el mes de octubre.
- oFeria 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.
- oFeria Bioterra, la feria europea de productos biológicos. Tiene lugar en Irún en el mes de junio.
- oExpo Eco Salud, el salón de la salud y de la calidad de vida. Se celebra en Barcelona en el mes de abril.
- oSIGEP 2014. Salón internacional de heladería, pastelería y panadería que tiene lugar en Rimini (Italia).
- oALIMENTARIA. El Salón de referencia para la industria de alimentación y bebidas. Se celebra en Barcelona entre los meses de marzo y abril.
- oINTERSICOP 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.

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.

RECURSOS TÉCNICOS

Infraestructuras e Instalaciones

La empresa dispondrá de un local en régimen de alquiler para la elaboración y venta de los pasteles y cupcakes.

El local dispondrá de 95 m² divididos de la siguiente manera:

- Obrador de pastelería, con una superficie de 55 m² donde se realizarán los procesos y tareas necesarios para la elaboración de los productos. La zona se dividirá del siguiente modo:
- Zona de frío. En la que se instalarán las cámaras de conservación y de congelación.
- Zona de hornos. Cuenta con 3 hornos de 10 bandejas, además de una fermentadora, una amasadora, un extractor de humos...
- Zona de cocina y mesa de trabajo.
- Zona para el fregado y secado.
- Zona de venta al público, de 22 m²
- Almacén, con una superficie de 13 m²
- Aseos, de 5 m²

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 creación de la página web se encargará a una empresa especializada.

Equipamiento necesario

El local dispondrá de 95 m² divididos de la siguiente manera:

- Obrador de pastelería, con una superficie de 55 m² donde se realizarán los procesos y tareas necesarios para la elaboración de los productos. La zona se dividirá del siguiente modo:
- Zona de frío. En la que se instalarán las cámaras de conservación y de congelación.
- Zona de hornos. Cuenta con 3 hornos de 10 bandejas, además de una fermentadora, una amasadora, un extractor de humos...
- Zona de cocina y mesa de trabajo.
- Zona para el fregado y secado.
- Zona de venta al público, de 22 m²
- Almacén, con una superficie de 13 m²
- Aseos, de 5 m²

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 creación de la página web se encargará a una empresa especializada.

Proceso 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.

Calidad

Aunque el concepto de calidad presenta problemas a la hora de pasarlo a la práctica desde la teoría, en este proyecto está claro que además de cumplir con toda la normativa sanitaria y medioambiental existente, se plantea la excelencia como objetivo.

La excelencia en la elaboración de los productos, en la atención al cliente y en la relación con los proveedores.

En el sector alimentario las normas de calidad más relevantes son:

-ISO 2200
-IFS FOOD
-BRC

El objetivo de este proyecto es poder llegar a implantar una de estas normas, para así poder garantizar el compromiso con la calidad a todos los agentes con los que nos vamos a relacionar.

RECURSOS HUMANOS

Estructura organizativa de la empresa

Inicialmente, la empresa contará con una única persona promotora, que es la que promueve este proyecto, y será necesaria la contratación de una persona para realizar las labores de pastelería.

Gestión de los recursos humanos y descripción de los puestos de trabajo

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

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

La empresa contará inicialmente con un/a repostero/a, que deberá poseer formación y experiencia en la elaboración de productos de pastelería artesanal. Debe estar, así mismo, en posesión del carnet de conducir. Sus tareas serán:

- Elaboración de los productos.
- Atención al público en la tienda física y por teléfono.
- Gestionar los cobros a los/as clientes/as.
- Velar por el buen estado de las materias primas y productos elaborados.

Para la selección de los recursos humanos se publicarán ofertas en portales de empleo especializados y en redes profesionales. La selección se hará mediante entrevista del/la promotor/a, previo envío del currículum por parte del/la entrevistado/a.

Será esencial que la persona candidata posea experiencia en el sector y conozca la forma de elaboración de pasteles artesanales. En principio, sólo será necesario un/a repostero/a, si bien pueden ampliarse el número a medida que vayan aumentando las ventas.

Los recursos humanos tienen para la empresa un carácter estratégico, ya que los/as empleados/as serán los/as encargados/as de la elaboración de los productos finales, de los cuales dependerá el éxito de la empresa.

La adecuada colaboración y organización entre el/la empleado/a y el/la promotor/a es esencial para elaborar un producto de alta calidad, ya que los/as potenciales/as clientes/as de la empresa se caracterizan por ser muy exigentes.

Será necesario revisar la legislación vigente a los puestos de trabajo así como los convenios colectivos aplicables en el sector.

DIGITALIZACIÓN EN LA EMPRESA

Aspectos para la Digitalización

Según el informe de Agenda digital 2025, publicado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la DIGITALIZACIÓN COMO PALANCA PARA LA MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO en el marco del Plan para la Modernización del Comercio, tiene como objetivo fomentar la competitividad del sector comercio minorista a través de actuaciones basadas en la transformación digital y la capacidad de innovación, especialmente de las PYMEs y micropymes. Además, será esencial el papel del Observatorio del Comercio 4.0 para analizar, coordinar y difundir las principales tendencias relacionadas con el sector del comercio español, sirviendo a su vez de foro para la propuesta y ejecución de iniciativas en el ámbito del Comercio 4.0.

Siendo la propuesta de digitalización de esta iniciativa el seguimiento de las pautas marcadas por esta medida.

Herramientas para la Comunicación y Gestión de a Empresa

Las herramientas de comunicación empresarial han adquirido una importancia fundamental, y por este motivo para este proyecto se ha estimado hacer uso de ellas:

- Redes sociales, para poder conectar y llegar al cliente objetivo, conocer sus inquietudes con respecto a los productos ofrecidos, y así ofertar aquello que satisfaga de una mejor manera su demanda.
- Las herramientas ofimáticas, para poder controlar los procesos de producción, la gestión de facturación, así como la contabilidad de la empresa.
- La implantación de un CRM, englobaría gran parte de las herramientas ofimáticas necesarias para el control del negocio.

FORMA JURÍDICA

La forma jurídica que adopta la promotora del proyecto es como autónoma, es decir, persona física, ya que por el volumen previsto del negocio, es más fácil comenzar así.

Como autónoma, tendrá que efectuar el alta en la Agencia Tributaria y en Seguridad Social, para lo cual podrá usar los servicios de la RED PAE.

LEAN CANVAS

La sección Lean Canvas se añadirá como anexos al final del plan de empresa.

ANÁLISIS DAFO

ANÁLISIS DAFO

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

Corregir debilidades	Afrontar las amenazas
<p>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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- Nuevas tecnologías. Las Tecnologías de la Información y Comunicación dotan al sector de amplias posibilidades de desarrollo y competitividad.</p>	<p>- 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 mundial. Si bien España no es uno de los principales mercados de productos ecológicos, sí existe una tendencia alcista que la empresa podrá aprovechar.</p> <p>- Fidelidad a productos de la competencia. Los/as clientes/as suelen ser fieles a las pastelerías a las que han acudido a comprar durante años. La empresa deberá captar a estos/as clientes/as con fuertes acciones de promoción.</p> <p>- Alta inversión. La creación de una pastelería artesana requiere una gran inversión en maquinaria y acondicionamiento del local, por lo que la empresa deberá obtener un elevado volumen de ventas para rentabilizar estos desembolsos. La empresa puede intentar adquirir maquinaria de segunda mano, en buen estado y a buen precio, de las empresas que hayan cerrado en el sector a causa de la crisis económica.</p> <p>- La producción en masa de productos de bollería, pastelería y confitería supone una gran amenaza para esta empresa porque esta forma de producción consigue elaborar muchos productos en poco tiempo y a bajo coste. La empresa debe incidir en la calidad de sus productos y en los beneficios que aportan frente a los pasteles industriales.</p>
Mantener las fortalezas	Explotar las oportunidades

PLAN DE ACCIÓN

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

- 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.

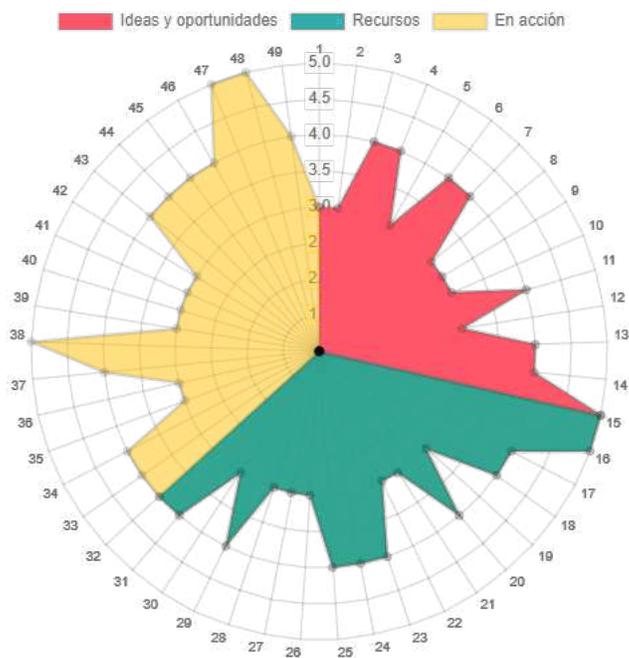
- Plan económico-financiero
 - Aportaciones de la persona emprendedora.
 - Búsqueda de financiación ajena.
- Plan de legalización de actividades
 - Jurídico
- La forma jurídica empresario/a individual no tiene legislación específica. En su actividad empresarial, está sometido a las disposiciones generales del Código de Comercio de 1885 en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil Español en materia de d
- 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.

□

INFORME AUTODIAGNÓSTICO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

D/Dª Promotor Plan de Empresa, con D.N.I. 10X

Ha realizado el Autodiagnóstico de Competencias Emprendedoras (diagnosticoemprende.com), obteniendo el siguiente resultado:



Nivel avanzado básico de emprendimiento

¿Está en proceso de solicitud de alguna ayuda pública o subvención para establecerse por cuenta propia?: No

Nivel 5.1/6: El nivel obtenido se centra en mejorar sus habilidades para convertir ideas en acción, asumir una responsabilidad cada vez mayor para crear valor y desarrollar conocimientos sobre el espíritu empresarial.

Histórico de cuestionarios realizados:

- 10 de mayo de 2022. a las 16:51 - 5.1/6 Nivel avanzado básico de emprendimiento

Lean Canvas

SOCIOS CLAVE



- Acreedores
- Proveedores de la zona
- Empresas mensajería

ACTIVIDADES CLAVES



- Compras de materia prima.
- Elaboración y distribución de postres clásicos.
- Marketing en redes sociales de manera periódica.

PROPUESTA DE VALOR



- Buen servicio
- Rápidez
- Materias primas de primera calidad

RELACIONES CON LOS CLIENTES



- Redes sociales
- Página web
- Contacto directo

SEGMENTO DE CLIENTES



- Particulares
- Comercios minoristas
- Establecimientos hostelería

RECURSOS CLAVE



- Físicos: maquinaria, materiales, insumos.
- Intelectuales: certificaciones y permisos.
- Financieros: préstamos y la inversión de promotor/a

CANALES



- Agencias transportes
- Establecimiento propio
- Redes sociales

ESTRUCTURA DE COSTES



- Inversión en maquinaria y equipo, etc.
- Costes fijos: alquiler local, internet, mano de obra, etc.
- Costes variables: publicidad, materia prima, suministros luz, agua,...

FLUJO DE INGRESOS



- Tartas
- Cupcakes
- Dulces tradicionales Extremadura

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO AÑO 1

INVERSIÓN INICIAL

INMOVILIZADO MATERIAL

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Instalaciones	16.000,00€	0,00€	0,00€
Maquinaria	4.350,00€	0,00€	0,00€
Equipamiento	2.660,00€	0,00€	0,00€
Mobiliario	3.450,00€	0,00€	0,00€
Utillaje	1.500,00€	0,00€	0,00€
Equipos informáticos	1.000,00€	0,00€	0,00€
Total	28.960,00€	0,00€	0,00€

INMOVILIZADO INMATERIAL

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Aplicaciones informáticas	1.600,00€	0,00€	0,00€
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas, Tasas, Licencias...	1.425,00€	0,00€	0,00€
Total	3.025,00€	0,00€	0,00€

ACTIVO CORRIENTE

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes)	450,00€	0,00€	0,00€
Total	450,00€	0,00€	0,00€

RESUMEN

Inmovilizado Material: 28.960,00€
Inmovilizado Inmaterial: 3.025,00€

ACTIVO NO CORRIENTE TOTAL: 31.985,00€

Existencias Iniciales: 450,00€
Tesorería inicial para puesta en marcha: 10.052,90€
IVA Soportado: 6.512,10€
Imp. de Trans. y Actos Jurídicos (ITPYADJ): 0,00€

ACTIVO CORRIENTE TOTAL: 17.015,00€

Necesidades Totales Inversión Inicial: 49.000,00€

PAGO DE INVERSIONES

Concepto	Total Pagos	Importe Total	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 (%)
Instalaciones	100 %	19.360,00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Maquinaria	100 %	5.263,50€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Equipamiento	100 %	3.218,60€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mobiliario	100 %	4.174,50€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Utillaje	100 %	1.815,00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Equipos informáticos	100 %	1.210,00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Aplicaciones informáticas	100 %	1.936,00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas, Tasas, Licencias...	100 %	1.425,00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes)	100 %	544,50€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	38.947,10€	38.947,10€	38.947,10€	0,00€											

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

RECURSOS PROPIOS

Concepto	Importe
Aportaciones Dinerarias	19.000,00€
Otros (pago único desempleo, subvenciones cobradas...)	0,00€
BA / Capital Riesgo	0,00€
Préstamo Participativo	0,00€

RECURSOS AJENOS A LARGO PLAZO

Concepto	Importe
Otras deudas a largo plazo	0,00€
Leasing	0,00€
Préstamo a Largo Plazo	30.000,00€
Microcrédito	0,00€

RECURSOS AJENOS A CORTO PLAZO

Concepto	Importe
Deudas a corto plazo	0,00€
Otros pagos	0,00€

RESUMEN

Aportaciones en Especie: 0,00€
Aportaciones de socios Total: 19.000,00€

RECURSOS PROPIOS: 19.000,00€

Deudas bancarias a L/P: 30.000,00€

RECURSOS AJENOS A L/P: 30.000,00€

Proveedores varios: 0,00€

RECURSOS AJENOS A C/P: 0,00€

Pasivo Total: 49.000,00€

FINANCIACIONES

Nombre	Capital Financiado	Tipo de Financiación
Préstamo a Largo Plazo	30.000,00€	Préstamo a Largo Plazo

Préstamo a Largo Plazo

Descripción	Préstamo a Largo Plazo
Capital	30.000,00€
Interés (Euribor + diferencial)	8.50 %
Carencia	0 meses
Cuota mensual préstamo	431,76€
Cuota mensual carencia	212,50€

INGRESOS POR VENTAS ANUALES - AÑO 1

Ingresos por Ventas		99.525,00€
Facturado a clientes		120.425,25€
Total Cobros		120.425,25€

Productos/Servicios	Tartas	Cupcakes	Dulces Típicos Extremadura
Ingreso	31.410,00€	27.081,00€	41.034,00€
Coste	9.946,50€	10.832,40€	14.655,00€
Margen Bruto	21.463,50€	16.248,60€	26.379,00€
Nº medio de productos vendidos / servicios prestados al mes	87,25	752,25	977,00
Unidades Vendidas	1.047	9.027	11.724
Precio medio por Producto/Servicio	30,00€	3,00€	3,50€
IVA repercutido	21%	21%	21%

FORMAS DE COBRO

	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
Tartas	100%	0%	0%	0%	0%
Cupcakes	100%	0%	0%	0%	0%
Dulces Típicos Extremadura	100%	0%	0%	0%	0%

TARTAS

	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
Nº Productos / Servicios	20	20	20	86	86	67	67	67	134	134	154	192	1047
Precio	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	-
Ingresos	600,00€	600,00€	600,00€	2.580,00€	2.580,00€	2.010,00€	2.010,00€	2.010,00€	4.020,00€	4.020,00€	4.620,00€	5.760,00€	31.410,00€
Costes	190,00€	190,00€	190,00€	817,00€	817,00€	636,50€	636,50€	636,50€	1.273,00€	1.273,00€	1.463,00€	1.824,00€	9.946,50€
Margen Bruto	410,00€	410,00€	410,00€	1.763,00€	1.763,00€	1.373,50€	1.373,50€	1.373,50€	2.747,00€	2.747,00€	3.157,00€	3.936,00€	21.463,50€

CUPCAKES

	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
Nº Productos / Servicios	130	130	130	858	585	726	726	726	1188	1188	1320	1320	9027
Precio	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	3,00€	-
Ingresos	390,00€	390,00€	390,00€	2.574,00€	1.755,00€	2.178,00€	2.178,00€	2.178,00€	3.564,00€	3.564,00€	3.960,00€	3.960,00€	27.081,00€
Costes	156,00€	156,00€	156,00€	1.029,60€	702,00€	871,20€	871,20€	871,20€	1.425,60€	1.425,60€	1.584,00€	1.584,00€	10.832,40€
Margen Bruto	234,00€	234,00€	234,00€	1.544,40€	1.053,00€	1.306,80€	1.306,80€	1.306,80€	2.138,40€	2.138,40€	2.376,00€	2.376,00€	16.248,60€

DULCES TÍPICOS EXTREMADURA

	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
Nº Productos / Servicios	200	200	200	972	972	756	756	756	1512	1512	1728	2160	11724
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	700,00€	700,00€	700,00€	3.402,00€	3.402,00€	2.646,00€	2.646,00€	2.646,00€	5.292,00€	5.292,00€	6.048,00€	7.560,00€	41.034,00€
Costes	250,00€	250,00€	250,00€	1.215,00€	1.215,00€	945,00€	945,00€	945,00€	1.890,00€	1.890,00€	2.160,00€	2.700,00€	14.655,00€
Margen Bruto	450,00€	450,00€	450,00€	2.187,00€	2.187,00€	1.701,00€	1.701,00€	1.701,00€	3.402,00€	3.402,00€	3.888,00€	4.860,00€	26.379,00€

COSTES DE PRODUCCIÓN ANUALES - AÑO 1

Nombre	Coste	Unidades	Anual
Tartas	9,50€	1047	9.946,50€
- Envase	0,50€	1047	523,50€
- Materia Prima	9,00€	1047	9.423,00€
- Consumible	0,00€	1047	0,00€
Cupcakes	1,20€	9027	10.832,40€
- Envase	0,30€	9027	2.708,10€
- Materia Prima	0,90€	9027	8.124,30€
Dulces Típicos Extremadura	1,25€	11724	14.655,00€
- Envase	0,20€	11724	2.344,80€
- Materia Prima	1,05€	11724	12.310,20€
Total			35.433,90€

COMPRAS Y GASTOS GENERALES - AÑO 1

COMPRAS

Concepto	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
Envases, embalajes	89,00€	89,00€	89,00€	495,00€	495,00€	403,00€	403,00€	403,00€	726,00€	726,00€	818,00€	924,00€	5.660,00€
Consumibles	596,00€	596,00€	596,00€	3.061,60€	2.734,00€	2.452,70€	2.452,70€	2.452,70€	4.588,60€	4.588,60€	5.207,00€	6.108,00€	35.433,90€
Gasto	685,00€	685,00€	685,00€	3.556,60€	3.229,00€	2.855,70€	2.855,70€	2.855,70€	5.314,60€	5.314,60€	6.025,00€	7.032,00€	41.093,90€
IVA	111,18€	111,18€	111,18€	576,80€	535,04€	461,49€	461,49€	461,49€	865,79€	865,79€	982,11€	1.155,96€	6.699,52€
Pagos	796,18€	796,18€	796,18€	4.133,40€	3.764,03€	3.317,19€	3.317,19€	3.317,19€	6.180,39€	6.180,39€	7.007,11€	8.187,96€	47.793,42€

GASTOS VARIABLES

Concepto	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
----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	-------

GASTOS FIJOS

Concepto	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
Promoción comercial	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	3.600,00€
Servicios exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	1.200,00€
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	390,00€	4.680,00€
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	360,00€
Seguros	170,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	170,00€
Alquileres	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	713,00€	8.556,00€
Gastos diversos (otros tributos...)	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	10,00€	120,00€
Gasto	1.713,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	18.686,00€
IVA	359,73€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	324,03€	3.924,06€
Pagos	2.072,73€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	1.867,03€	22.610,06€

Compras	41.093,90€
Consumo	35.433,90€
Existencias Iniciales	450,00€
Existencias Finales	6.110,00€

PERFIL DE PAGOS

COMPRAS

Concepto	Total	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
Envases, embalajes	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Consumibles	100%	100%	0%	0%	0%	0%

GASTOS FIJOS

Concepto	Total	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
Promoción comercial	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Servicios exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Seguros	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Alquileres	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Gastos diversos (otros tributos...)	100%	100%	0%	0%	0%	0%

GASTOS DE PERSONAL - AÑO 1

Nombre	Salario bruto	Seguros Sociales	Total
Promotor/a 1	14.400,00€	720,00€	15.120,00€
Repostero/a 1	12.000,00€	3.960,00€	15.960,00€
Gasto en Personal			31.080,00€

PROMOTOR/A 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
Salario bruto	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€	1.200,00€
Seguros Sociales	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€	60,00€
Total	1.260,00€											

REPOSTERO/A 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
Salario bruto	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€
Seguros Sociales	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€	330,00€
Total	1.330,00€											

AMORTIZACIÓN CONTABLE

Tipología	Precio de Adquisición	Coficiente lineal	Cuota Anual
Aplicaciones informáticas	1.600,00€ 26%		416,00€
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	1.425,00€ 26%		370,50€
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			786,50€

Tipología	Precio de Adquisición	Coficiente lineal	Cuota Anual
Instalaciones	16.000,00€ 10%		1.600,00€
Maquinaria	4.350,00€ 12%		522,00€
Equipamiento	2.660,00€ 10%		266,00€
Mobiliario	3.450,00€ 10%		345,00€
Utillaje	1.500,00€ 30%		450,00€
Informaticos	1.000,00€ 26%		260,00€
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			3.443,00€

LIQUIDACIÓN DE IVA - 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
Repercutido	354,90€	354,90€	354,90€	1.796,76€	1.624,77€	1.435,14€	1.435,14€	1.435,14€	2.703,96€	2.703,96€	3.071,88€	3.628,80€
Soportado	470,91€	435,21€	435,21€	900,83€	859,06€	785,52€	785,52€	785,52€	1.189,82€	1.189,82€	1.306,14€	1.479,99€
Devengado	-116,01€	-80,31€	-80,31€	895,93€	765,71€	649,62€	649,62€	649,62€	1.514,14€	1.514,14€	1.765,74€	2.148,81€

HP DEUDOR/ACREEDOR POR IVA: -1.360,04€

FLUJO DE CAJA - AÑO 1

	Inicial	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cobros de las ventas		2.044,90€	2.044,90€	2.044,90€	10.352,76€	9.361,77€	8.269,14€	8.269,14€	8.269,14€	15.579,96€	15.579,96€	17.699,88€	20.908,80€
Subvenciones cobradas		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Otros		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Ampliaciones de capital		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Recursos Propios	19.000,00€												
Recursos Ajenos L/P	30.000,00€												
Recursos Ajenos C/P	0,00€												
Total de Cobros	49.000,00€	2.044,90€	2.044,90€	2.044,90€	10.352,76€	9.361,77€	8.269,14€	8.269,14€	8.269,14€	15.579,96€	15.579,96€	17.699,88€	20.908,80€
Pago de Sueldos		2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€
Pago compras y gastos generales		2.868,91€	2.663,21€	2.663,21€	6.000,43€	5.631,07€	5.184,22€	5.184,22€	5.184,22€	8.047,42€	8.047,42€	8.874,14€	10.054,99€
Pago IVA a Hacienda		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	2.311,25€	0,00€	0,00€	2.813,37€	0,00€	0,00€
Devolución capital préstamos		219,26€	220,82€	222,38€	223,96€	225,54€	227,14€	228,75€	230,37€	232,00€	233,64€	235,30€	236,97€
Pago de Intereses	600,00€	212,50€	210,95€	209,38€	207,81€	206,22€	204,62€	203,01€	201,39€	199,76€	198,12€	196,46€	194,80€
Amortización Leasing		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Intereses Leasing		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
IVA Leasing		0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Pago de Inversiones	38.947,10€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Interés por Póliza de Crédito		50,00€	0,00€	0,00€	5,21€	0,00€	0,00€	5,76€	0,00€	0,00€	4,40€	0,00€	6,25€
Total de Pagos	39.547,10€	5.940,67€	5.684,97€	5.684,97€	9.027,41€	8.652,83€	8.205,99€	10.523,00€	8.205,99€	11.069,19€	13.886,96€	11.895,90€	13.083,00€
Flujo de Caja Neto	9.452,90€	-3.895,77€	-3.640,07€	-3.640,07€	1.325,35€	708,94€	63,15€	-2.253,86€	63,15€	4.510,77€	1.693,00€	5.803,98€	7.825,80€
Cobro por Póliza de Crédito		0,00€	0,00€	2.500,00€	0,00€	0,00€	0,00€	2.253,86€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Pago por Póliza de Crédito		0,00€	0,00€	0,00€	1.325,35€	1.174,65€	0,00€	0,00€	63,15€	2.190,70€	0,00€	0,00€	0,00€
Capital Dispuesto		0,00€	0,00€	2.500,00€	1.174,65€	0,00€	0,00€	2.253,86€	2.190,70€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Saldo Final de Tesorería	9.452,90€	5.557,13€	1.917,05€	776,98€	776,98€	311,27€	374,43€	374,43€	374,43€	2.694,50€	4.387,50€	10.191,48€	18.017,27€

PÓLIZA DE CRÉDITO - AÑO 1

Concepto	Valor
Capital	2.500,00€
Interés por Capital Dispuesto	0.5000 %
Interés por Capital No Dispuesto	1.0000 %
Comisión de Apertura	2.0000 %

CUENTA DE RESULTADOS MENSUAL - 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
Ingresos de Explotación	1.690,00€	1.690,00€	1.690,00€	8.556,00€	7.737,00€	6.834,00€	6.834,00€	6.834,00€	12.876,00€	12.876,00€	14.628,00€	17.280,00€	99.525,00€
Consumos	596,00€	596,00€	596,00€	3.061,60€	2.734,00€	2.452,70€	2.452,70€	2.452,70€	4.588,60€	4.588,60€	5.207,00€	6.108,00€	35.433,90€
Margen Bruto	1.094,00€	1.094,00€	1.094,00€	5.494,40€	5.003,00€	4.381,30€	4.381,30€	4.381,30€	8.287,40€	8.287,40€	9.421,00€	11.172,00€	64.091,10€
Gastos de personal	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	2.590,00€	31.080,00€
Gastos Variables	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Gastos Fijos	1.713,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	1.543,00€	18.686,00€
Amortizaciones	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	352,46€	4.229,50€
Total Gastos	4.655,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	4.485,46€	53.995,50€
Beneficios antes de impuestos e intereses	-3.561,46€	-3.391,46€	-3.391,46€	1.008,94€	517,54€	-104,16€	-104,16€	-104,16€	3.801,94€	3.801,94€	4.935,54€	6.686,54€	10.095,60€
Gastos financieros	264,58€	213,03€	210,42€	209,40€	208,30€	206,71€	204,16€	202,56€	201,85€	200,20€	198,55€	196,88€	3.116,65€
Beneficios antes de impuestos	-3.826,04€	-3.604,49€	-3.601,88€	799,54€	309,24€	-310,87€	-308,32€	-306,72€	3.600,10€	3.601,74€	4.736,99€	6.489,66€	6.978,95€
Impuesto de Sociedades (20%)													1.395,79€
RESULTADO DEL EJERCICIO	-3.826,04€	-3.604,49€	-3.601,88€	799,54€	309,24€	-310,87€	-308,32€	-306,72€	3.600,10€	3.601,74€	4.736,99€	6.489,66€	5.583,16€

BALANCE - AÑO 1

ACTIVO		53.242,82€	PATRIMONIO NETO Y PASIVO		53.242,82€
Activo no corriente		27.755,50€	Patrimonio Neto		24.583,16€
Inmovilizado material		25.517,00€	Capital		19.000,00€
Adquisición del terreno		0,00€	Resultado del Ejercicio		5.024,84€
Edificios y Construcciones		0,00€	Capital de BA/Capital Riesgo		0,00€
Instalaciones		16.000,00€	Reparto a Inversores BA/Capital Riesgo		0,00€
Maquinaria		4.350,00€	Préstamo Participativo		0,00€
Equipamiento		2.660,00€	Resultado de ejercicios anteriores		0,00€
Mobiliario		3.450,00€	Reserva legal (10 % de PyG)		558,32€
Utillaje		1.500,00€	Subvenciones		0,00€
Vehículos de transporte		0,00€	Otros (detallar)		0,00€
Equipos informáticos		1.000,00€			
Otros (proyectos técnicos...)		0,00€			
Fianza		0,00€			
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material		-3.443,00€			
Inmovilizado inmaterial		2.238,50€	Pasivo no corriente		24.285,89€
Gastos de I+D		0,00€	Préstamos bancarios a largo		24.285,89€
Patentes, Modelos de Utilidad		0,00€	Microcréditos a largo		0,00€
Aplicaciones informáticas		1.600,00€	Otras deudas a largo plazo		0,00€
Otros (...)		0,00€	Acreeedores por arrendamiento financiero a Largo Plazo		0,00€
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas, Tasas, Licencias...		1.425,00€			
Marca, Nombre Comercial		0,00€			
Fianza Leasing		0,00€			
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial		-786,50€			
Activo corriente		25.487,32€	Pasivo Corriente		4.373,77€
Existencias, materias primas...		6.110,00€	Póliza de Crédito		0,00€
Hacienda Pública (deudor por IVA)		1.360,04€	Proveedores varios		0,00€
Clientes		0,00€	Préstamos bancarios a corto plazo		2.977,98€
Tesorería		18.017,27€	Microcréditos a corto		0,00€
			Hacienda Pública (acreedor por IVA)		0,00€
			Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)		1.395,79€
			Otras deudas a corto plazo		0,00€
			Otros (acreedores, anticipos de clientes...)		0,00€
			Acreeedores por arrendamiento financiero a Corto Plazo		0,00€

RATIOS - AÑO 1

RATIO DE LIQUIDEZ	Activo Corriente / Pasivo Corriente	5.83 %
FONDO DE MANIOBRA	Activo Corriente - Pasivo Corriente	21.113,55€
RATIO DE ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total / Patrimonio Neto	1.17 %
MÁRGEN DE BENEFICIO	Beneficio antes de Imp e Int / Ventas	10.14 %
RATIO DE SOLVENCIA	Activo Total / Pasivo Total	1.86 %
RENTABILIDAD ECONÓMICA (ROE)	Beneficio antes de Imp e Int / Activo Total	18.96 %
RENTABILIDAD FINANCIERA (ROA)	Beneficio Neto / Patrimonio Neto	22.71 %
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	Beneficio Neto / Ventas	5.61 %
PLAZO DE COBRO	Clientes / Ventas * 360	0 días
PLAZO DE PAGO	Proveedores / Inversión Inicial * 360	0 días
PUNTO DE EQUILIBRIO	Gastos Fijos / Margen Bruto	88.687,62€
VAN (8.00%)		-21.343,09€
TIR		-27%

CUENTA DE RESULTADOS PROYECTADA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Explotación	99.525,00€	104.501,25€	109.726,31€	115.212,63€	120.973,26€
Consumos	35.433,90€	37.205,60€	39.065,87€	41.019,17€	43.070,13€
Margen Bruto	64.091,10€	67.295,65€	70.660,44€	74.193,46€	77.903,13€
Margen Bruto sobre Ventas	64.40%	64.40%	64.40%	64.40%	64.40%
Gastos de personal	31.080,00€	31.080,00€	31.080,00€	31.080,00€	31.080,00€
Gastos Variables	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Gastos Fijos	18.686,00€	19.059,72€	19.440,91€	19.829,73€	20.226,33€
Amortizaciones	4.229,50€	4.229,50€	4.229,50€	4.229,50€	4.229,50€
Total Gastos	53.995,50€	54.369,22€	54.750,41€	55.139,23€	55.535,83€
Beneficios antes de impuestos e intereses	10.095,60€	12.926,43€	15.910,02€	19.054,23€	22.367,31€
Gastos financieros	3.116,65€	3.116,65€	3.116,65€	3.116,65€	3.116,65€
Beneficios antes de impuestos	6.978,95€	9.809,78€	12.793,37€	15.937,58€	19.250,65€
IRPF / Impuesto de sociedades	1.395,79€	1.961,96€	2.558,67€	3.187,52€	3.850,13€
RESULTADO DEL EJERCICIO	5.583,16€	7.847,83€	10.234,70€	12.750,06€	15.400,52€

CUENTA DE RESULTADOS PROYECTADA



	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento de la cifra de Ventas	5.00 %	5.00 %	5.00 %	5.00 %
Crecimiento de la cifra de Consumos	5.00 %	5.00 %	5.00 %	5.00 %
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2.00 %	2.00 %	2.00 %	2.00 %
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Crecimiento del Beneficio Neto	40.56 %	30.41 %	24.58 %	20.79 %