



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Creación de una empresa de exportación de vinos
Aragoneses. Análisis del mercado Irlandés

Autor/es

Jesús Manuel Pardo Domínguez

Director/es

Juan Camón Cala

Relaciones Laborales y Recursos Humanos de Zaragoza
2015

ÍNDICE

ÍNDICE	II
INTRODUCCION	4
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	5
VIABILIDAD ESTRATÉGICA	6
1) Análisis del entorno general	6
Factores políticos y legales	7
Factores económicos	7
Factores socioculturales	8
Factores tecnológicos	11
2) Análisis del mercado	12
Por tipos de vinos	13
Bodegas y vinos Aragoneses	13
Sector vitivinícola Aragonés	16
D.O. CALATAYUD	18
D.O. CAMPO DE BORJA	19
D.O. SOMONTANO	20
D.O. CARIÑENA	21
Análisis de la competencia	22
Acceso al mercado Irlandés	25
VIABILIDAD COMERCIAL	26
Análisis DAFO	28
VIABILIDAD TÉCNICA	29
Plan de inversión	30
Descripción de gastos	33
Alquiler de local	33
Suministros	34
Sueldos y salarios	34
Servicios profesionales	34
Marketing	34
Seguros del local	34
Otros gastos	34
ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA	35
ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	38
Gastos	38
Amortizaciones	39
Punto muerto	40
Tabla explicativa del punto muerto	41

Gráfica descriptiva sobre la tabla.....	41
Cuenta de pérdidas y ganancias.....	42
RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	49
WEBGRAFÍA.....	49
ANEXOS.....	50

INTRODUCCION

Después de estar tiempo y tiempo pensando sobre mi proyecto de fin de grado, me di cuenta que sería buena idea hacerlo sobre mi nuevo proyecto personal.

Tras visitar Irlanda durante los dos últimos años en reiteradas ocasiones debido a que mi pareja se encontraba trabajando allí, vi que es un país pequeño pero con una gran cultura del beber (tienen la cerveza como principal bebida alcohólica, pero el vino esta introduciéndose y haciéndose un hueco en el mercado irlandés).

Como hijo de descendientes del Campo de Borja, siempre he estado en contacto con el vino y poco a poco me fui aficionando a saborear y apreciar el buen vino.

Siempre que salgo de viaje me gusta probar los distintos vinos que allí puedo encontrar y en Irlanda observe que había vinos muy caros y de escasa calidad, había poca presencia de vinos españoles y ninguno de mi tierra, Aragón.

Con el fin de mi etapa como estudiante de Relaciones Laborales y Recursos Humanos, he decidido emprender una nueva etapa de mi vida en Irlanda con el fin de poder mejorar mi nivel de inglés tan necesario en el sector en el que trabajo, transporte –logística.

Me gustaría aprovechar mi estancia en el país para intentar introducir vinos de Aragón, poder ganarme la vida con ello y ayudar a dar algo más de valor a los vinos de las bodegas aragonesas.

Para ello, en este proyecto analizaré el mercado irlandés y el sector vitivinícola en Aragón para ver si mi proyecto puede tener viabilidad y así montar mi proyecto personal de empresa de exportar vinos aragoneses.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto está enfocado a la comercialización de vinos de calidad procedentes de Aragón, de forma tanto directa como por Internet. Abarcaremos todo tipo de vinos (tinto, blanco y rosado) pero siempre manteniendo la máxima calidad.

La tienda física estaría ubicada en *Terenure*, barrio al sur de Dublín, es una zona residencial que se delimitada por barrios como *Rathfarnham*, *Rathgar*, *Kimmage* y *Perrystown*, todos ellos zonas residenciales de Dublín. Las razones por las que considero idónea la zona es debido a que las aéreas mencionadas son de alto poder adquisitivo y se ubicaría en una calle con alto nivel de tránsito tanto de peatones como de vehículos.

Al ser un comercio especializado siempre podremos aconsejar cual es vino idóneo para una acontecimiento y las características que más se pueden acercar a los gustos de los clientes.

En Irlanda el vino español está perdiendo posiciones respecto a otros vinos nuevos como chilenos o australianos. La ventaja es que los productos españoles en Irlanda están muy apreciados y son conocidos debido a la gran cantidad de irlandeses que visitan nuestro país en sus vacaciones. Se necesita una buena estrategia para mostrar y dar a conocer el producto y una calidad para fidelizar al cliente, debido a que los vinos que se han exportado y se siguen exportando desde España no son vinos de calidad, sino vinos centrados en competir en precio.

Hasta el momento en Irlanda casi no hay presencia de vino aragonés, y los vinos aragoneses que hay no son muy conocidos por los consumidores.

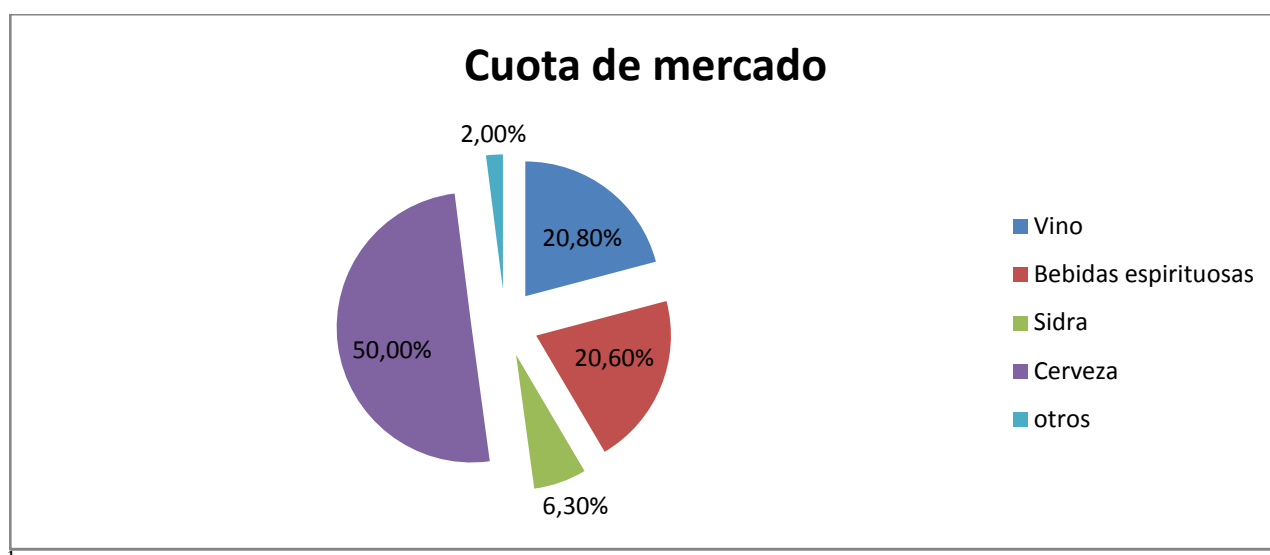
VIABILIDAD ESTRATÉGICA

1) Análisis del entorno general

Irlanda es un mercado pequeño, el país lo constituyen 4,5 millones de habitantes, con la población más joven de Europa. La edad media es de 36.1 años frente a los 41.2 años de media de la Unión Europea.

Casi un millón y medio de personas se concentran en la ciudad de Dublín, capital del país. Por lo que lo fundamental para la distribución y gestión del vino es entrar o posicionarse cerca de Dublín.

Las bebidas alcohólicas destacadas en Irlanda son el vino, la sidra, las bebidas espirituosas y la cerveza, esta última es la más consumida en todo el país con un 50% de cuota de mercado, siendo el vino -protagonista de nuestro proyecto- con un 20% de cuota de mercado.



Irlanda es el país europeo con la tasa de consumo de alcohol más elevada por número de habitante y en términos mundiales se posiciona en el puesto décimo tercero en el ranking elaborado por la OMS (Organización Mundial de la Salud) sobre los 15 países donde más se bebe del mundo.

¹ Datos: ICEX, España Exportación e Inversiones. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dublín. Notas sectoriales. El mercado del vino en Irlanda

Factores políticos y legales

La venta de alcohol en Irlanda se divide en:

- *On – Trade* (bares, restaurantes, pubs...): Los horarios de los pubs son de 10:00 a 23:00 ó 00:00, en los cuales se puede vender alcohol y solo algunos clubs nocturnos tienen licencia para seguir vendiendo alcohol hasta las 02:30 de la madrugada.

- *Off – Trade* (supermercados, comercios...): El horario de la venta de alcohol va con independencia de horarios de apertura y cierre de los establecimientos. Los horarios son de 10:30 a 22:00 diarios, a excepción de los domingos que se reduce de 12:30 a 22:00.

- Dentro de este canal de comercialización podemos detallar los siguientes:
 - Supermercados y grandes superficies.
 - *Off – Licenses*: Minoristas autorizados para vender bebidas alcohólicas.
 - *Independents*: Comercios especializados en venta de vinos.
 - *Discounters o hard discounts*: Venta de productos alimenticios y vino.
 - *Symbol groups*: Franquicias.

Factores económicos

Debido al periodo denominado “El tigre celta” que abarco los años 1991-2003 que produjo un mayor poder adquisitivo de la población y un cambio social más liberalizado, hizo que las tasas de consumo de alcohol aumentaran. También el auge económico hizo que los Irlandeses viajaran y conocieran nuevas zonas, actualmente casi 1.5 millones de Irlandeses visitan nuestra península cada año, favoreciendo el acercamiento de nuestra cultura, la gastronomía y del vino.

Otro de los factores importantes para posicionarnos en cuanto a calidad y no a precio es que en Irlanda el salario mínimo es de 1462€², es decir 17544 euros anuales y el salario medio del país está en 34.466€ anuales, nos encontramos con un alto poder adquisitivo por lo que pueden permitirse pagar los precios de vinos de calidad.

Salario mínimo y salario medio

Países	Fecha	SMI	Fecha	Salario Medio
Alemania	2015	1.473 €	2014	45.952 €
Bélgica	2015	1.502 €	2014	46.464 €
Eslovaquia	2015	380 €	2014	10.342 €
Eslovenia	2015	791 €	2014	17.851 €
España	2015	757 €	2014	26.162 €
Estonia	2015	390 €	2014	12.436 €
Francia	2015	1.458 €	2014	37.427 €
Grecia	2015	684 €	2014	20.168 €
Holanda	2015	1.502 €	2014	48.856 €
Hungría	2015	333 €	2014	9.748 €
Irlanda	2015	1.462 €	2014	34.466 €
Luxemburgo	2015	1.923 €	2014	54.560 €
Polonia	2015	410 €	2014	10.124 €
Portugal	2015	589 €	2014	17.436 €
Reino Unido	2015	1.379 €	2014	44.203 €
República Checa	2015	332 €	2014	11.334 €

Factores socioculturales

El consumidor de vino actual en Irlanda es joven y la mayor parte del vino es comprado y consumido por mujeres con edades comprendidas entre los 35 y 44 años. Es la primera generación que bebe vino de forma habitual.

La mayoría de los consumidores están buscando vinos producidos por los nuevos productores por el precio tan económico que tienen, estos consumidores no aprecian la calidad por lo que no buscan los vinos europeos que están enfocados a la calidad.

Para la elección del vino suelen priorizar las siguientes elecciones:

² <http://www.datosmacro.com/smi>

1º- **Calidad –Precio.**

2º- **Marca.** Debido a la poca especialización del consumidor se dejan llevar por la fama de las marcas. Por ello el minorista con tiendas especializadas adquiere más protagonismo, recomendando y aconsejando a los clientes que comienzan a apreciar la calidad.

3º- **Tipo de uva.** Una uva con fama facilita la venta al consumidor no especializado. Las uvas Españolas más conocidas son: tempranillo y garnacha, siendo en vinos blancos, Albariño o Verdejo.

4º- Buscar connotaciones relacionadas con el origen para acercarse al consumidor.

5º- **El etiquetado y la apariencia de la botella** es esencial. Las etiquetas deben de estar en inglés y gaélico.

6º- Las noticias o críticas de los especialistas enólogos, favorecen las ventas.

Para poder saber la opinión de los posibles consumidores se realizó una encuesta para la realización de la misma fue necesario la ayuda de españoles que están realizando la tarea de *Au pair* en la República de Irlanda, la colaboración del ex director del colegio St. Paul's de Navan (Michael Ludden), el responsable del departamento de riesgos del Banco Permanent TSB (Alan Murphy) y la responsable de pagos de la compañía *Bord Gais* (Compañía de gas Irlandesa) Cristina Larios; se realizaron 100 encuestas que demostraron que los Irlandeses están dispuestos a pagar por beber buen vino pero el poco conocimiento del sector y la poca información de las bodegas hacen que no puedan elegir el vino correcto.

También se demostró con las encuestas que las denominaciones de origen de nuestra comunidad son desconocidas para ellos, solo trece personas de las encuestadas conocían alguna de las cuatro denominaciones de nuestra comunidad.

En cambio los tipos de uva son más conocidos debido a que muchos nombres de uva han sido el nombre de vinos bebidos por ellos. Casi un 35% conocía el tipo de uva garnacha.

Y la mayor parte de las compras de vino se realizaban en tiendas especializadas o por Internet y muy pocas personas compran vino en los supermercados, debido a la escasa información que te pueden aportar sobre los vinos en los mismos.

Las encuestas realizadas fueron:

- 27 en Navan. “Es la capital del [condado de Meath](#). Situada a 50 kilómetros al noroeste de Dublín.”³
- 9 en Wexford. “Es la capital del [Condado de Wexford](#). Se encuentra en el extremo suroriental de la isla, cerca del Aeropuerto de [Rosslare](#). La ciudad está conectada con la capital del país, [Dublín](#) por carretera y ferrocarril.”⁴
- 23 en Dublín. “Es la [capital](#) de la [República de Irlanda](#) y ciudad más poblada de la isla. Está ubicada cerca del centro de la costa este de la isla, en la desembocadura del [río Liffey](#) y en el centro del [condado de Dublín](#). La población del área urbana de Dublín era de 1.110.614 habitantes en el censo de 2010, pero ampliada al condado de Dublín ascendía a 1.122.821. En la Gran Área o región metropolitana de Dublín había 1.804.156 habitantes. La ciudad contribuye con 60.000 millones de euros al [PIB](#) irlandés y es el centro político, administrativo, económico, industrial y cultural de la República de Irlanda.”⁵
- 11 en *Portlinton*. “Es un pueblo en la frontera entre los condados de [Laois](#) y [Offaly](#) en [Irlanda](#). El pueblo, según el censo nacional de Irlanda (2006), tiene una población de 7.092 (5.054 en *Laois* y 2.038 en *Offaly*). *Portarlinton* es un punto focal en la red ferroviaria irlandesa, siendo situado cerca de una ensambladura para los servicios al oeste ([Galway](#), [Mayo](#)), al sur ([Cork](#), [Limerick](#), [Tralee](#)) y al este ([Dublín](#), [Kildare](#)).”⁶
- 18 en *Galway*. “Es la capital del [condado de Galway](#). La ciudad se encuentra en la costa [oeste](#) de la isla, en el rincón noroccidental de la [bahía de Galway](#). Juvenil y dinámica, es una de las ciudades con más [crecimiento económico](#) de la [Unión Europea](#), con una población de 75.414 habitantes (según el censo de 2011), aumenta constantemente con la llegada de estudiantes a sus dos universidades, la [National](#)

³ <https://es.wikipedia.org>

⁴ <https://es.wikipedia.org>

⁵ <https://es.wikipedia.org>

⁶ <https://es.wikipedia.org>

[University of Ireland, Galway](#) y la *GMIT*, así como de trabajadores extranjeros, en gran parte españoles”⁷

- 7 en Cork. Es la capital del [condado homónimo](#) en la provincia de [Munster](#). Con una población de 119 230 habitantes en 2011, es la segunda ciudad más poblada del país, detrás de [Dublín](#), y la tercera de la [isla](#). El puerto de *Cork* es el segundo puerto más importante del país y uno de los puertos naturales más grandes del mundo.”⁸
- 3 en *Tralee*. “Es la capital del [condado de Kerry](#), en [Irlanda](#), situada al suroeste de la isla. Tenía 22.556 habitantes según el censo 2006. Se encuentra a unos 90 km. al noroeste de la ciudad sureña de *Cork*.”⁹
- 2 en *Sligo*. Es la capital del [Condado de Sligo](#) en la [República de Irlanda](#). *Sligo* no tiene el rango de [ciudad city](#) sino el de *Borough*. Es el segundo mayor centro urbano de la provincia de [Connacht](#), después de [Galway](#).”¹⁰

La encuesta consistía en 10 preguntas, 9 preguntas cerradas y solo una pregunta abierta para que anotasen un vino español que les gustase.

En ella se buscaba diferenciar por sexo quien compra o consume más vino, la franja de edad de los consumidores, la frecuencia de consumo, el tipo de vino, donde lo compra, en que se fija cuando se decide por uno, que cualidad del vino valora más, las denominaciones que conoce y los tipos de uva que conoce.

Encuesta adjuntada en Anexos.

Factores tecnológicos

En el mundo en el que vivimos hoy en día, la herramienta más importante y poderosa es Internet, tienes a tu alcance millones de clientes sin la necesidad de moverte de tu establecimiento. Irlanda debido a los beneficios fiscales que ofrece para las grandes compañías, muchas empresas de tecnología e informática están ubicadas en el país.

⁷ <https://es.wikipedia.org>

⁸ <https://es.wikipedia.org>

⁹ <https://es.wikipedia.org>

¹⁰ <https://es.wikipedia.org>

Todos establecimientos que quieran estar en contacto con miles de clientes potenciales deben de estar en constante interacción con las nuevas tecnologías.

2) Análisis del mercado

Desde 2008, las ventas de vino han crecido un 4% siendo los vinos del viejo mundo (España, Francia, Italia...) los que tienen un 70% de mercado en el país, pero son los vinos llamados de Nuevo Mundo (Chile, Australia, Argentina) los más consumidos por los Irlandeses, mayoritariamente jóvenes que buscan vinos fáciles de beber, baratos y de sabor afrutado.

Chile en 2014 se convirtió en el primer proveedor de vino tanto en valor como en volumen, provocando que los vinos Españoles perdieran cuota de mercado, principalmente en el vino envasado.

Durante el 2014 Irlanda importó unos 67.9 millones de litros de vino por un valor de 195.7 millones de euros. El vino envasado representó un 90 % del total.

España mantiene su quinto puesto como vendedor en valor, pero ha sido superado en volumen por Reino Unido. En 2014 España redujo sus ventas en Irlanda un 16,5 % en volumen (4,3 millones de litros) y un 21,6 % en valor (11 millones de euros).

Los cambios sociales han provocado que el vino pase de ser un bien de primera necesidad a convertirse en un bien secundario, usado principalmente en celebraciones, provocando el descenso brusco del consumo; en la actualidad se bebe mucho menos pero se paga más por el vino, la calidad ha aumentado su valor.

Otro de los factores que han influido mucho al sector fue la aparición de nuevos productores, anteriormente llamados emergentes, ahora son principales productores de vino con un carácter productivista y sin tanta calidad como nuestros vinos, pero poco a poco se han ido abriendo su sitio en los mercados europeos, por los bajos precios.

Por tipos de vinos

Durante el 2014, el vino espumoso descendió un 22,2 % en volumen y un 21,6 % en valor, respecto a este tipo de vino España se vio afectada en una reducción del 53.4 % en volumen (102.439 litros) y un 37,9% en valor (267.089 €).

El vino envasado, sufrió un descenso de un 4 % en valor y un 2,5 % en volumen, respecto a esta caída general a España le supuso perder el cuarto puesto en cuanto a volumen y descender al sexto con una pérdida hasta los 4,1 millones de litros.

Bodegas y vinos Aragoneses

Las bodegas consultadas en Aragón para la elaboración del trabajo han sido 17 bodegas pertenecientes a la denominación de origen del Campo de Borja, 35 bodegas de la denominación de origen de Cariñena, 31 de la denominación de origen de Somontano y otras 17 de la denominación de origen de Calatayud, no todas las bodegas respondieron a las consultas, solo respondieron las siguientes bodegas: Bodegas Manuel Moneva e Hijos S.L., Bodega Enate, Bal D`Isabena, Bodegas Tosos Ecológica, Bodegas Lalanne, Cooperativa Cosuenda San Bernabé, Bodega Pirineos, Bodegas Borsao, San Alejandro, Bodegas Picos, Bodegas Bordeje, Bodega Orowines, Bodegas Obergo, Bodegas Añadas, El Grillo y la Luna, Bodegas Aldahara.

Solo dos bodegas de todas las que respondieron me confirmaron que exportaban vino a Irlanda, que son Bodegas Orowines S.L y Bodegas Borsao S.A. El resto de bodegas contestaron que no exportaban o que esos datos eran confidenciales.

Me puse en contacto con los consejos reguladores de cada Denominación de Origen para ver si me podían facilitar los datos posibles en cuanto a exportación a Irlanda, pero solo la denominación de Cariñena me facilito los datos.

Por el contrario, los datos facilitados por la cámara de comercio distan mucho de lo informado por las bodegas Aragonesas:

“Exportaciones durante todo el año con destino IRLANDA, realizadas por ARAGON, referentes al producto: " VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA, EXCEPTO EL DE LA PARTIDA 2009"¹¹

País	Peso (Miles de Kgs.)	Valor (Miles de euros)	Núm. operaciones
IRLANDA	341,53	680,33	190
TOTAL	341,53	680,33	190

El vino de las piedras como es conocido al vino de la denominación de origen de Cariñena, me facilito los datos relativos en cuanto a tipos de vinos (Blanco, Rosado y Tinto) y cantidad exportada, los datos facilitados son desde el 2005, mostrando su mejor año en 2008 llegando a exportar 295.951 botellas, pero descendió hasta las 100.202 botellas en 2014.

AÑOS	BLANCO	ROSADO	TINTO	TOTALES
2005	1395	0	1575	2.970
2006	0	0	4000	4.000
2007	274	562	91661	92.497
2008	27103	80549	188299	295.951
2009	68.169	25.531	125.838	219.538
2010	23.595	5.649	97.215	126.459
2011	19.590	2.186	60.842	82.618
2012	5.580	3.709	27.112	36.401
2013	6.801	612	51.589	59.002
2014	6.480	738	92.984	100.202

12

11

<http://aduanas.cameras.org/?login=&pass=&impexp=E&anno=14&mes=00&meses=%2200%22&producto=TA&codprod=2204&areanacional=AU&codareanac=02&areainternac=PS&codareainter=007&result=PS&orden=LOCAL&tipo=ORGDES>

¹² Datos facilitados <http://www.docarinena.com/>

La bodega Orowines S.L. me informo que exportaba al mercado Irlandés unas 12000 botellas al año, con unos precios de bodega entres 2,50 € y 3,50 € pero también informo que parte de las 12000 botellas era de gama media de 5,50 €.

En cambio bodegas Borsao no informo de la cantidad de botellas que exportaba pero si me informo de los tres tipos de vino que exportan:

1. Joven clásico

“Variedad: 85% Garnacha, 10% Tempranillo, 5% Cabernet Sauvignon. Medida: 0,75 l.

Características del Viñedo: Cosecha en la primera quincena de octubre.

Elaboración: Fermentación a temperatura controlada de entre 22°C y 25°C en depósitos de acero inoxidable con una maceración de 15 días.

Notas de cata: Este vino tiene un aspecto muy claro con un intenso color rojo cereza, con toques de violeta. En nariz aroma intenso de frutas rojas maduras, con tonos florales. En boca es un vino con cuerpo, con taninos agradables en perfecta armonía con su acidez que da un vino que es ricos matices de frutos rojos con matices especiados típicos de una garnacha de calidad.

Temperatura de consumo: Entre 16°C y 18°C.”¹³

2. Joven selección

“El Borsao Tinto Selección ha sido seleccionado como el mejor vino tinto joven del año por la Guía de vinos Gourmets, que anunció este viernes el galardón para la bodega aragonesa. Este premio ha sido elegido por los usuarios de La Guía de Vinos, pionera en España, catecismo de profesionales y amantes del vino. Desde el 14 de octubre, se conocen los Premios Guía de Vinos Gourmets a los mejores vinos, bodegas, tiendas especializadas y bodegueros que durante el 2014 han destacado por su labor en pro del vino.

La guía saldrá a la venta el próximo 10 de noviembre del 2014; y la entrega de premios será en el Salón de Gourmets, del 13 al 16 de Abril de 2015.”¹⁴

¹³ <http://bodegasborsao.com/es/borsao-tinto-clasico/>

¹⁴

http://www.heraldo.es/noticias/gastronomia/2014/10/16/borsao_seleccion_mejor_vino_tinto_joven_elegido_por_guia_vinos_gourmets_2015_316152_1311024.html

3. Tres picos

“Según la prestigiosa y más grande plataforma on-line de vinos Internacional “Wine Searcher” con más de 2.4 millones de usuarios, Borsao Tres Picos 2010 se sitúa como mejor vino de garnacha en relación calidad - precio.

Con motivo del día de la Garnacha, la Asociación de Garnacha Americana ha querido ofrecer a todos los amantes de esta maravillosa uva, un listado de las 10 mejores compras de vino de garnacha del mundo.

Para establecer este listado se ha atendido a los criterios de las puntuaciones que otorgan los críticos de la plataforma, por calidad y por precio, tomando como referencia los de entre 15 y 35 dólares.

El Borsao Tres Picos 2010 ocupa el primer puesto, 90 /100, siendo la mejor opción de compra a nivel Internacional en relación calidad-precio.”¹⁵

Sector vitivinícola Aragonés

Aragón cuenta con alrededor de 40.000 hectáreas cultivadas, utilizando el 90% de la producción de uva a la transformación de vino para crearle valor debido al escaso comercio que tienen las uvas directamente. Llegó a tener más de 100.000 hectáreas cultivadas pero las distintas adaptaciones obligaron a ir descendiendo el número de hectáreas cultivadas, pero en cambio aumentó el valor de la producción, debido a la mejora de la calidad y la productividad.

Desde los años 50, los agricultores dedicados al cultivo de la vid, tuvieron que transformarse y adaptarse, convirtiéndose en viticultores para poder obtener unos beneficios mayores que les permitiesen vivir mediante la transformación en vino de la producción de sus uvas.

Con los años 80 y 90 los viticultores volvieron a adaptarse otra vez debido a la exigencia de los mercados y su complejidad, pero el momento más álgido del sector vino acompañado del boom inmobiliario, cuando bastantes beneficios obtenidos en el sector de la construcción fueron dedicados al sector vitivinícola.

En los años 80, comenzaron a ponerse de moda variedades de uva como *Cabernet Sauvignon*, *Merlot* o *Chardonnay*, dando nombre a los vinos con las que se elaboraba. El sector comenzó a

¹⁵ <http://bodegasborsao.com/es/borsao-tres-picos-numero-1-en-garnachas-del-mundo/>

plantar las nuevas variedades de moda y desechaban variedades autóctonas o variedades no tan productivas.

En Aragón, la Estación de Viticultura y Enología de Aragón, actualmente integrada en el Control del Transferencia Agroalimentaria del Departamento de Agricultura y Alimentación, aposto por conservar y seguir trabajando con nuestra uva autóctona “**garnacha**”, convencidos de que con un buen trabajo y esfuerzo le podrían sacar partido y diferenciarse del resto que estaban plantando las uvas con más fama, adquirida por factores externos a la calidad.

La situación del sector vitivinícola en la provincia de Zaragoza es aceptable desde el punto económico¹⁶, eso es lo que las profesoras Carmen Pelet Redón, Gloria Tena Tena y Olga Urbina Pérez, de la Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo de la Universidad de Zaragoza dicen en su estudio sobre el análisis Económico y Financiero de las Cooperativas vitivinícolas en la provincia de Zaragoza a fecha de 2011, en las que se sitúan tres de las cuatro denominaciones que tenemos en Aragón. Realizan un estudio descriptivo dinámico sobre los principales ratios económicos – financieros, en el estudio se puede apreciar el nivel de solvencia y liquidez, así como la rentabilidad económica y financiera.

El sector vitivinícola de Aragón está representado al 75%¹⁷ por las cuatro denominaciones de origen que son Calatayud, Cariñena, Campo de Borja y Somontano, el resto de los vinos de la tierra tienen escasa importancia. En todas las zonas en las que está asentado y presente el sector vitivinícola ejerce un gran motor económico para la zona, provocando una dinamización y mejora del asentamiento de la población rural.

Representado por los consejos reguladores de cada D.O. (Denominación de origen) son los encargados de normalizar, aplicar reglamentos y normas de calidad de cada denominación y de defender todo lo que le afecta a un sector que trasmite la cultura y características de la zona, generando un turismo y una gastronomía alrededor del vino.

Los vinos con Denominación de Origen Protegida o Indicación Geográfica Protegida, utilizan el nombre geográfico de origen para identificarse con una zona, pero deben de cumplir unas normas fijadas.

¹⁶ <http://catedradpzdesarrollolocal.uniar.es>

¹⁷ - Gobierno de Aragón. Departamento de Agricultura y Alimentación.

“El Reglamento (CE) 1308/2013, art. 93, define como Denominación de Origen Protegida (DOP) el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales debidamente justificados de un país que sirve para designar un producto que cumple los siguientes requisitos:

- La calidad y las características del producto se deben básica o exclusivamente a un entorno geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él
- Las uvas utilizadas en su elaboración proceden exclusivamente de esa zona geográfica
- La elaboración tiene lugar en esa zona geográfica
- El producto se obtiene de variedades de vid de la especie *Vitis vinífera*

El Decreto 136/2009 de 21 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de los "vinos de pago" de Aragón, define «pago» al paraje rural con características edáficas y micro climáticas propias que lo distinguen de otros de su entorno, conocido con un nombre vinculado de forma notoria y tradicional al cultivo de viñedos de los que se obtienen vinos con rasgos y cualidades propios.”¹⁸

D.O. CALATAYUD¹⁹

La primera referencia escrita que encontramos sobre el vino de Calatayud data del siglo I; desde los tiempos de los romanos la vid y su posterior transformación en vino ha estado presente en la zona, los árabes abandonaron el cultivo pero con la época de cristiana llegó la mejora y volvió el auge del cultivo de la vid para transformarlo en vino. A finales del siglo XII los monjes Cister fundaron el Monasterio de Piedra, promocionando y ensalzando el cultivo de la vid.

En el siglo XX a finales de los años 80 obtuvo la categoría de Denominación de Origen por la calidad que habían obtenido los viticultores gracias al esfuerzo y la unión de las cooperativas.

Ubicada en la provincia de Zaragoza limítrofe con Teruel, Soria y Guadalajara, se sitúa a las faldas del Moncayo con una compleja red hídrica formada por los afluentes del Ebro como el Jalón y el Jiloca.

La ubicación de los viñedos se sitúan entre los 550 y los 1040 metros, lo que provoca unas diferencias de temperaturas entre los veranos y los inviernos pero también una gran diferencia entre la noche y el día en su período de maduración. Los viñedos suelen estar plantados sobre suelos muy

¹⁸ Gobierno de Aragón.

¹⁹ <http://www.docalatayud.com/>

pobres, pedregosos y con gran cantidad de calizas por lo que proporcionan buena permeabilidad. Estas características tan peculiares hacen especiales los vinos de esta Denominación de Origen.

Poseen un gran cantidad y variedad de vinos pero predominan los elaborados con garnacha tinta, destacando los tintos jóvenes afrutados y muy minerales siendo sabrosos, carnosos y bien estructurados con una graduación mínima de 12.5°.

D.O. CAMPO DE BORJA²⁰

El imperio de la garnacha como así se le conoce a esta denominación de origen se caracteriza por el alto valor de sus garnachas con viñedos de entre 30 y 50 años con unas producciones bajas pero con un grandísimo valor enológico.

Sus viñedos dependiendo de la altitud y los distintos microclimas que les afectan se elaboran tres tipos distintos de vinos:

Los vinos cálidos, potentes y muy aromatizados son elaborados con uvas cultivadas en terrenos calizos y entre 350 y 450 metros de altitud sobre el nivel del mar.

Los vinos intensos, estructurados y carnosos son producidos con las uvas cultivadas entre los 450 y 500 metros de altitud sobre el nivel de mar.

La zona más alta corresponde a las estribaciones del Moncayo, situada entre los 550 y 700 metros de altitud sobre el nivel del mar, produciendo unas uvas que generan unos vinos finos, sutiles y elegantes.

La calidad, complejidad y personalidad de sus vinos los hacen únicos en el mundo, alcanzando un gran prestigio.

Los vinos del Campo de Borja están definidos por el equilibrio, ricos en contrastes presentes en la zona que hacen unos vinos intensos, con aromas frutales, con energía y personalidad.

²⁰ <http://www.docampodeborja.com/es/>

D.O. SOMONTANO²¹

Las primeras referencias escritas que podemos encontrar sobre el cultivo de vid en esta tierra, datan del siglo II A.C. Los italianos asentados en la zona mejoraron el cultivo y desarrollaron una mejor comercialización. Otra época de auge para el cultivo de la vid en la zona fue la edad media, que mediante los monasterios aumentaron la plantación de cepas, debido a la utilización de vino en sus actos litúrgicos.

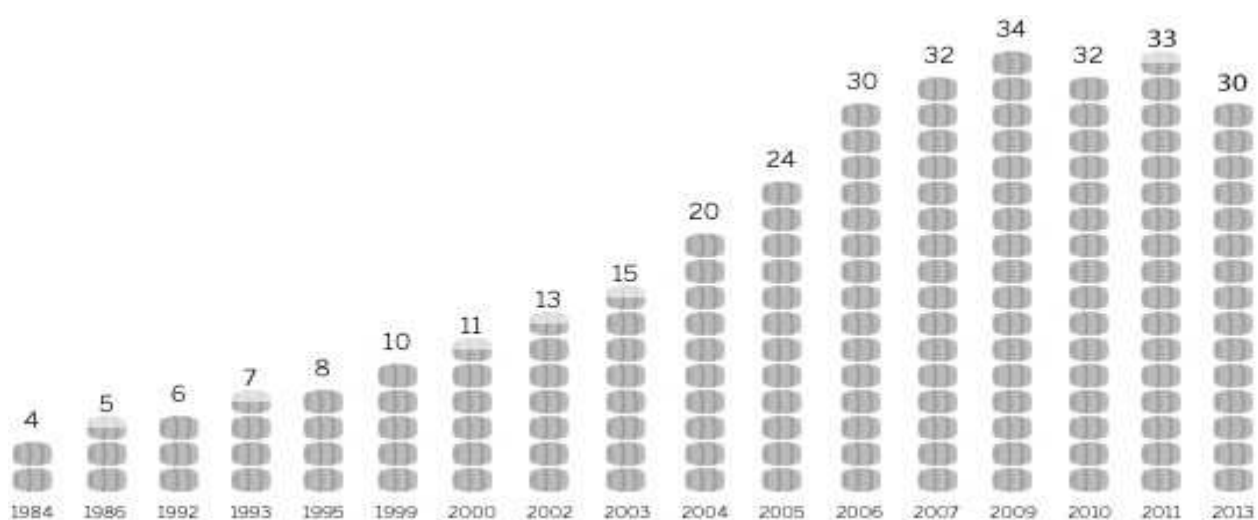
Ya en el siglo XIX la producción de vino en la comarca de Huesca se empezó a concentrar en la zona del Somontano, debido a la especialización y a la buena calidad de sus vinos.

En el siglo XX, la creación de la cooperativa de la Comarca del Somontano, supone el inicio de apuesta por la viticultura de calidad y ya en 1984 se crea la Denominación de Origen que supuso gracias a su consejo regulador y el trabajo profesionalizado de los viticultores, el prestigio de la zona.

Durante el auge económico de España entre los años 2000-2006 fueron muchos los inversores que quisieron invertir en la zona, donde pasaron de ser media docena de bodegas a más de 30, consiguiendo así el reconocimiento a la calidad de sus vinos por parte de los especialistas del sector y convirtiéndose en una de la tres zonas de mayor prestigio de España.

Debido a que la producción de vino está ligada a otros sectores como la construcción, la crisis económica afectó muchísimo a esa zona.

Número de bodegas



²¹ <http://dosomontano.com/>

Esta denominación está dividida en tres zonas como son las sierras, las llanuras y el somontano. Todas ellas caracterizadas por sus inviernos duros y veranos calurosos, con cambios bruscos durante la primavera y el otoño. Las precipitaciones decrecen conforme más al sur se encuentren las plantaciones, provocando que necesiten más agua.

Las 4400 hectáreas que forman la denominación están plantadas con más de 15 variedades distintas tanto locales como foráneas. Garnachas blanca y tinta, *Merlot*, Tempranillo, *Cabernet-Sauvignon*, *Syrah*, *Moristel*, *Pinot Noir*, *Macabeo*, *Parraleta*, *Chardonnay*, *Alcañon*, *Riesling*, *Gewürztraminer* y *Sauvignon Blanc*.

D.O. CARIÑENA²²

Es la denominación de origen con mayor producción de Aragón, posee una extensión de 14388 hectáreas repartidas por 14 municipios convirtiéndose en el principal motor económico de la zona.

La zona se puede considerar como una zona privilegiada para el cultivo de la vid, tanto por el suelo, clima y su altitud, la cual está ubicada entre los 400 y 800 metros sobre el nivel del mar. Es un clima templado, con veranos calurosos y unos inviernos fríos, típicos continentales. Las precipitaciones son escasas y a menudo torrenciales, junto con el denominado cierzo, hacen que sean unos terrenos semiáridos.

Es una llanura cerrada por el suroeste por las sierras ibéricas, lo que favorece a las plantaciones próximas a las sierras sufrir más precipitaciones que en la llanura, siendo unas precipitaciones de 350 a 540 mm en las zonas montañosas.

Los suelos son pobres con sustrato rocoso en la zona montañosa, de escasos rendimientos y gran dificultad para trabajar la tierra. La llanura está formada por guijarros de los depósitos aluviales y arcillas miocenas.

Todas estas características hacen de una denominación especialmente favorecida para la elaboración de vinos tintos y rosados, así como de vinos dulces naturales.

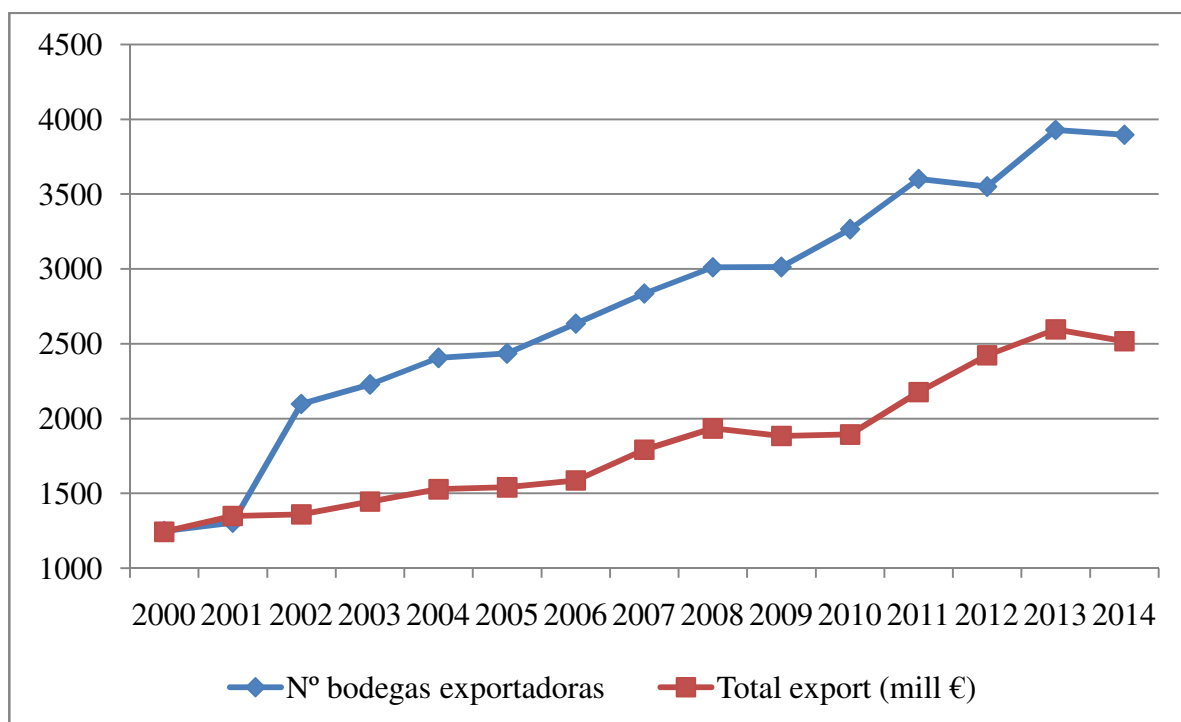
²² <http://www.docarinena.com/>

Análisis de la competencia

En los tiempos que estamos viviendo los mercados son cada vez mas globalizados y el sector se tiene que ir adaptando a nuevos mercados y también a la aparición de nuevos productores, los cuales están generando una competencia muy fuerte en países donde el consumo de vino es alto.

España es el país con mayor superficie cultivable de toda Europa y el tercer productor de vino por detrás de Francia e Italia, en cambio en cuanto a exportación España es el segundo país solo por detrás de Italia.

Durante el 2014, en España 3897 empresas exportaron vino por valor de 2518 millones de euros. Cada vez hay más bodegas que se suben al carro de la exportación como medida para mejorar unas cuentas castigadas por la crisis económica en la que está sumergida el país y también para dar salida a la producción que no absorbe el mercado nacional.



23

²³ Datos obtenidos del observatorio Español del mercado del vino. (Según el informe del ICEX España Exportación e Inversiones, 3.897 empresas exportaron vino en 2014)

Desde principios de siglo hasta la actualidad en España se han triplicado el número de bodegas. Comenzaron exportando 1249 bodegas y en 2014 ya eran un total de 3897, sabiendo que el sector sufrió un bajón en 2012. Respecto a la facturación el 50% del total corresponde a muy pocas bodegas, el resto de bodegas sus datos no son significativos.

Cataluña es la comunidad autónoma que más exporta con 1295 bodegas facturando 361 millones de euros anuales. Las bodegas aragonesas exportan un 70% del vino embotellado con denominación de origen, convirtiéndose la exportación en un elemento clave para la supervivencia del sector.

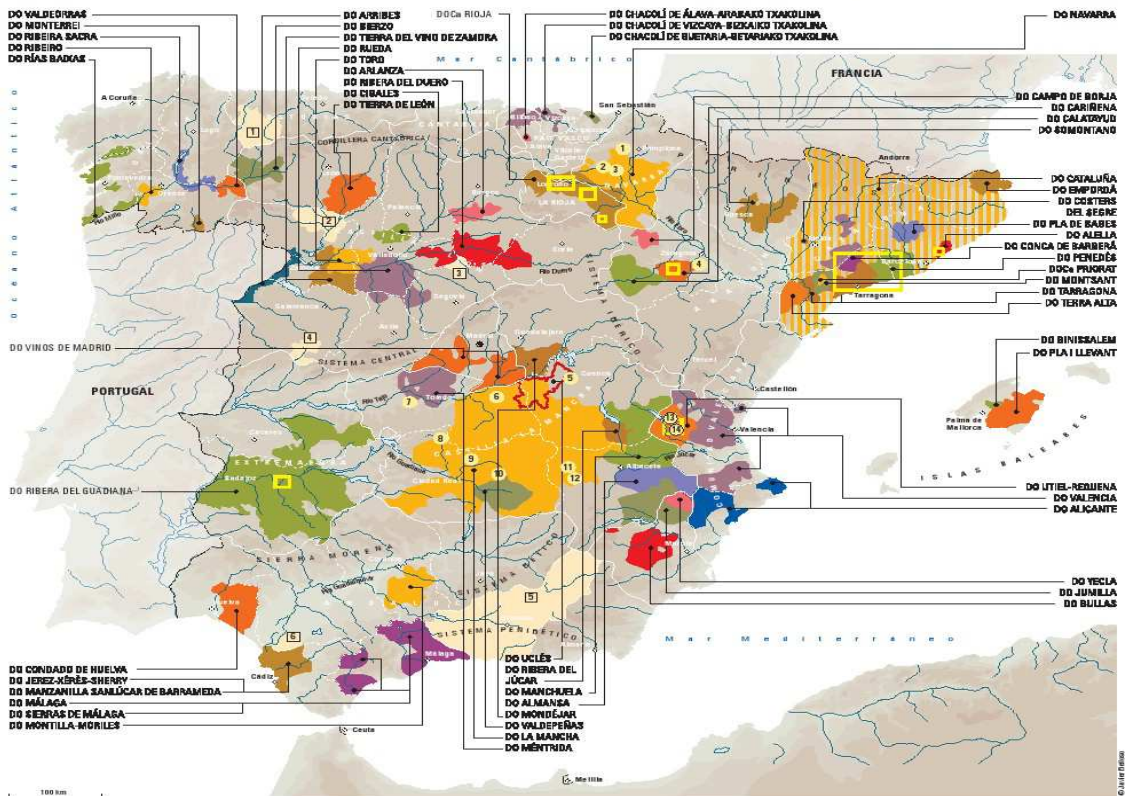
En la siguiente tabla muestra los datos anteriormente expuestos en una grafica.

Años	Nº bodegas exportadoras	Total exportaciones (millones €)
2000	1249	1.244 €
2001	1305	1.350 €
2002	2099	1.360 €
2003	2228	1.446 €
2004	2405	1.528 €
2005	2435	1.541 €
2006	2635	1.587 €
2007	2836	1.793 €
2008	3012	1.935 €
2009	3013	1.884 €
2010	3265	1.894 €
2011	3602	2.178 €
2012	3550	2.424 €
2013	3930	2.597 €
2014	3897	2.518 €

VINO / D.O EN ESPAÑA

En la actualidad hay 69 denominaciones de origen en España, muy pocas son las que están exportando a Irlanda y son muy pocas las que exportan cantidades significativas. Las más conocidas son Rioja, Penedés, Ribera del Duero, Rueda, Rías Baixas y Jerez. Los vinos como Torres, Faustino, Campo Viejo y Marques de Cáceres son los más comercializados. Adjunto mapa con la visualización de las 69 denominaciones.

VINOS de ESPAÑA



ISLAS CANARIAS		
DO LA PALMA	DO EL TIERRO	DO LA GOMERA
DO GRAN CANARIA	DO VALLE DE GUIMAR	DO AROBA
DO DE LA PALMA	DO EL TIERRO	DO LA GOMERA
DO GRAN CANARIA	DO VALLE DE GUIMAR	DO AROBA

DO	Denominación de Origen Catalogada
1	VC Cargolés
2	VC Valle de Eseraverde
3	VC Valdeorras
4	VC Sierra de Salamanca
5	VC Granada
6	VC Lejía
7	VC Los Alces Cantarés

VP	Vinos de Pago
1	VP Pago de Otazu
2	VP Predo de Beche
3	VP Pago de Aroca
4	VP Pago Ajúdice
5	VP Pago Calzadilla
6	VP Campo de la Guardia
7	VP Dominio de Valdepueyo
8	VP Bodega del Cantico
9	VP Pago Florentino
10	VP Casa del Blanco
11	VP Gilgoso
12	VP Finca Illet
13	VP El Terrazo
14	VP Los Raleguines

69 DENOMINACIONES DE ORIGEN

DO ARROYO	DO CALZADILLA	DO JEREZ-XÉRÈS-SHERRY	DO MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA	DO MONTECATI	DO RIBERA DEL JÚCAR	DO TIERRA DE ALAVA-AFARRAKO TXAKOLINA
DO ALBA	DO CALZADILLA	DO MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA	DO VALLE DE GUIMAR	DO MONTECATI	DO RIBERA DEL DUERO	DO TIERRA DE VINO DE ZAMORA
DO ALBAREDO	DO CALZADILLA	DO MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA	DO VALLE DE GUIMAR	DO MONTECATI	DO RIBERA DEL DUERO	DO TORO
DO ALBARRÁN	DO CALZADILLA	DO MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA	DO VALLE DE GUIMAR	DO MONTECATI	DO RIBERA DEL DUERO	DO ANAYA
DO ALBUFE	DO CALZADILLA	DO MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA	DO VALLE DE GUIMAR	DO MONTECATI	DO RIBERA DEL DUERO	DO ANAYA

Acceso al mercado Irlandés

Como país perteneciente a la Unión Europea, no hay restricciones de acceso para las mercancías procedentes de los países miembros. Para poder ser exportador desde España a Irlanda o importador desde Irlanda de vinos españoles debe de estar en posesión del certificado CAE (*Certificado de Actividad y Establecimiento*).

Desde 1993 entre los países miembros de la Unión Europea desaparecieron las importaciones y exportaciones y pasaron a llamarse entregas intracomunitarias. Para poder elaborar estadísticas fiables es obligatorio el registro de las transacciones intracomunitarias que superan los 140.000 euros en el sistema *INTRASTAT*.

Para la comercialización de vino de un país miembro de la Unión Europea en Irlanda es necesario la presentación del formulario 1087 *Excise Duty Entries* (EDE), se realiza a través del sistema electrónico de *Revenue ROS* en el que previamente tienes que estar registrado en el EDDS (*Electronic Excise Declaration System*) para acceder a él.

En la factura debe quedar claro la procedencia y la composición del vino para evitar problemas cuando se presenta en el formulario 1087 junto con la factura de la mercancía.

Desde el 2005 todos los vinos que se comercialicen en Irlanda deben llevar indicado la cantidad de contenido en sulfitos y cuando sobrepasan los valores 10 mg/kg o 10 mg/litro, aparecerá en inglés el siguiente texto: *Contains Sulphites*.

VIABILIDAD COMERCIAL

Como ya hemos hablado en los apartados anteriores nuestro posicionamiento será en cuanto a calidad porque consideramos que podemos tener nicho de mercado. Utilizaremos la herramienta más potente que existe hoy en día, Internet. Mediante sus distintos medios de persuasión mostraremos nuestro producto y así atraer a los clientes.

Los ingresos que he previsto para el primer año serian procedentes de la venta directa en tienda y las ventas por Internet.

Para la estimación de ventas he calculado 365 días debido a que en Irlanda las tiendas abren los 7 días de la semana y la tienda estaría abierta al público todos los días y horas que permite la ley. El segundo año considero que puedo aumentar mis ventas un 20% y el tercer año un 10% más.

Para la fijación del precio por botella he considerado que puedo llegar a vender 5.110 botellas en el año, vendidas de la siguiente forma:

- Venta en tienda: He calculado que puedo llegar a vender una media de 6 botellas diarias.
- Venta por Internet: He calculado que puedo llegar a vender una media de 8 botellas diarias.

Partiendo del estudio detallado de gastos mensuales podemos obtener la cantidad de gasto anual que sumada a los gastos de puesta en marcha de la actividad, suma un total de 27.115,97 € (22.534,80 € gastos anuales de la actividad y 4.581,80 € en gastos relativos a la puesta en marcha).

Gastos	Mensual	Anual
Alquiler Local	1.458,00 €	17.496,00 €
Suministros (Teléfono, agua, luz)	120,00 €	1.440,00 €
Sueldos y salarios	0,00 €	0,00 €
Servicios Profesionales (Software)	49,90 €	598,80 €
Marketing	100,00 €	1.200,00 €
Seguros local	50,00 €	600,00 €
Otros gastos	100,00 €	1.200,00 €

En los costes unitarios para el primer año hemos metido el gasto de puesta en marcha debido a que no era mucha la cantidad y así pensar en recuperar pronto la inversión, pero sabiendo que jugamos con un margen para poder reducir el coste unitario por botella y así poder ser más competitivos aunque la recuperación de la inversión se alargue en el tiempo.

Gastos puesta en marcha	IMPORTE
Acondicionamiento local	700,00 €
Mobiliario	934,18 €
Equipamiento	547,89 €
Equipos informáticos	381,10 €
Gastos constitución	560,00 €
Fianzas	1.458,00 €

A todos los costes se les sumarian las amortizaciones de las máquinas para calcular exactamente el coste por unidad de cada botella.

CUADRO DE AMORTIZACIONES	Importe	%	
		Amortización	Amortización
Acondicionamiento local	700,00 €	10%	67,00 €
Equipamiento (nevera)	219,99 €	25%	55,00 €
Mobiliario	1.149,00 €	20%	229,80 €
Equipo informático	381,10 €	25%	95,28 €
		Total	447,07 €

Los costes por unidad ascienden a 5,39 €, obtenidos de dividir el total de los costes por las unidades de vino que hemos considerado que podemos vender. Si sumado a los 10,20 € que nos cuesta la adquisición de la botella, el precio neto por botella de vino seria de 15.59 € un precio que desde mi punto de vista para la calidad del vino que queremos ofrecer es bastante competitivo.

Análisis DAFO

Debilidades:

Actualmente los vinos españoles están perdiendo posicionamiento en el país, principalmente por la aparición de nuevos mercados, como los vinos chilenos y australianos. Los vinos españoles no centran la exportación en cuanto a calidad sino a precio, y en algunos casos, intentando vender el vino que debería competir en precio posicionándolo erróneamente en calidad, para la obtención de mejores márgenes de beneficio.

Otro factor determinante es la poca promoción por parte de las denominaciones y el desconocimiento por parte de los clientes potenciales de los vinos aragoneses.

Amenazas:

Fuerte competencia tanto de los vinos españoles como del resto de vinos.

Control milimétrico del stock para no encarecer los costes y ser capaz de controlar la oferta.

Posibles cambios en la legislación en cuanto a las bebidas alcohólicas.

Aceptación por parte de los posibles clientes.

Fortalezas:

Producto español, muy apreciado por los Irlandeses.

Bebida que se está abriendo más hueco en el mercado, tradicionalmente liderado por la cerveza.

Buen trabajo de los vitivinícolas aragoneses, obteniendo grandes vinos reconocidos por su calidad internacionalmente, favoreciendo el acercamiento a los nuevos clientes al ser vinos de prestigio internacional.

Oportunidades:

Aprovechamiento de la dificultad que tienen las bodegas aragonesas en dar salida a sus vinos y así poder ayudarles en su exportación.

Explotación del buen momento económico actual que está viviendo Irlanda ya que es el país de la Unión Europea que más crece.

Utilizar la marca España como reclamo del producto.

VIABILIDAD TÉCNICA

Para desarrollar la actividad se ha buscado un local en buena zona pero con un precio de alquiler razonable para que pueda tener viabilidad el proyecto.

La tienda física estaría ubicada en *Terenure*, barrio al sur de Dublín, es una zona residencial que se delimitada por barrios como *Rathfarnham*, *Rathgar*, *Kimmage* y *Perrystown*, todos ellos zonas residenciales de Dublín.

El local tendría unos 75 m² con un escaparate de 4 metros. La ventaja que tiene es el precio del alquiler, puesto que no pagaríamos los altos precios de estar en el centro de Dublín pero el privilegio de ubicarla en una zona con alto poder adquisitivo.

La principal desventaja sería que no tendría tanta afluencia de gente como en el centro de la ciudad, ya que Dublín recibe a miles de turistas cada año los cuales hacen un gran gasto en la ciudad, pero nosotros no nos centraríamos en ese tipo de clientela.

Para la puesta en marcha, necesitaríamos un ordenador con un software específico para poder registrar las entradas y que descuente las ventas para poder llevar un control del stock de las existencias y poder ir comprando cuando se llegue a un stock de seguridad.

Debido a que diariamente suben camiones de España a Irlanda y la mercancía la recibiríamos en la misma semana, el primer pedido sería de dos palés, un total de 1008 botellas de vinos, así no tenemos un gran stock de botellas almacenadas pero suficiente para el inicio de la actividad.

En el local dispondríamos de una nevera especial para enfriar 59 botellas de vino de 75 cl. la cual utilizaremos para guardar los vinos que deseemos mostrar a los clientes para su cata, y algunas botellas para aquellos clientes que deseen un vino que vaya a ser consumido en cuestión de minutos y por la características de ese tipo de vino deba consumirse a una temperatura adecuada.

Los proveedores serían bodegas de Aragón de las cuatro denominaciones de origen Calatayud, Cariñena, Borja y Somontano. Comenzaríamos con pocas referencias para ir introduciendo poco a poco el tipo de vinos pero sin descuidar la calidad.

Para las ventas realizadas por Internet se utilizaría el servicio de UPS para la recogida y entrega de los paquetes, debido a que es una empresa internacional que trabaja tanto en España como en Irlanda, facturando el coste al cliente.

El horario en cuanto a las *Off-licence* está limitado, pero nuestro horario comercial sería el siguiente, ajustando las horas de apertura a lo máximo que permite la ley:

- Lunes a Sábado de 10:30 – 22:00
- Domingos de 12:30 – 22:00

En principio solo estaría yo en la tienda, si se necesitase más gente habría que tener en cuenta para la contratación que un menor de 18 años puede trabajar pero no puede cobrar bebidas alcohólicas según las leyes irlandesas, y como nuestros productos tienen alcohol en el caso de necesitar a alguien debería ser siempre mayor de edad.

Para el estudio y la realización del plan de inversión hemos consultado distintos proveedores y páginas web para obtener el coste de los distintos materiales necesarios. Con la información obtenida explicamos la inversión necesaria en las siguientes partidas:

Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN	IMPORTE
Acondicionamiento local	700,00 €
Mobiliario	934,18 €
Equipamiento	547,89 €
Equipos informáticos	381,10 €
Gastos constitución	560,00 €
Fianzas	1.458,00 €
ACTIVO NO CIRCULANTE	4.581,17 €
Existencias iniciales	10.281,60 €
Tesorería puesta en marcha	15.000,00 €
ACTIVO CORRIENTE	25.281,60 €
TOTAL INVERSIONES	29.862,77 €

1. Acondicionamiento del local: Nos llevaría poca inversión, he calculado 700 € para pintar y mejorar o modificar las luces y enchufes del mismo. Anteriormente había sido local comercial y cuenta con todos los requisitos legales para su apertura.

2. El mobiliario sería sencillo y atractivo. Todo el mobiliario es procedente de Ikea y sería el siguiente:
 - Cuatro estanterías de cuadrados simétricos: Nombre *Kallac* de color abedul, precio por unidad de 170€ IVA incluido. Tamaño: ancho 182 cm, profundidad 39 cm, altura 182 cm.
 - Mostrador: De color blanco / roble de nombre *Stenstorp*. Precio 250€ iva incluido. Tamaño: Largo 126 cm, altura 90 cm, ancho 79 cm.
 - Dos mesas: Una de color pino con patas negras. Modelo *Lalle / Tornliden*. Precio 95 € iva incluido. Tamaño: Altura 75 cm, largo 120 cm, ancho 60 cm. Otra de las mesas es de color pino. Modelo *Normäs*. Precio 35 € iva incluido. Tamaño: Ancho 62 cm, profundidad 30 cm, altura 45 cm.
 - Cuatro lámparas colgantes: Color verde. Modelo Foto. Precio por unidad 16 € IVA incluido.
 - Taburete de acacia: Modelo *Skogsta*. Precio 25 € IVA incluido.

3. Equipamiento: El equipamiento sería sencillo para el comienzo, las bolsas para las botellas de vino serían de papel *Kraf*, con asas troqueladas con medidas 18x32x6cm, la primera adquisición serían de 1000 unidades con un precio de 69.10 euros. Se adquirirían por Internet en la página www.bolsalea.com

Las etiquetas y el papel de regalo serían adquiridos en Ikea. El nombre de las etiquetas es *Historisk* precio 0.99 €/unidad y el del papel *Växtglädje* con un precio de 1.99 €. En un principio compraría 20 unidades de cada una.

Sera necesario para el local una nevera para poder mantener los vinos a la temperatura idónea para ser tomados y también para ofrecer a los clientes determinados vinos para su cata, como he mencionado anteriormente.

La nevera con nombre *Wine Cooler – Silver*, con capacidad para 59 botellas de 75 cl. Con control de temperatura de 7°C a 18°C. El precio de la misma es de 219.99 €, obtenido del catálogo de Argos. www.argos.ie

Aumento esta partida 200 € para el gasto que puede llevar la compra de material como tijeras, *cutter*, celo, cartulina *vintage* para la marcación de precios, etc.

4. Equipamiento informático: Necesitare un ordenador con un software en tiendas y una impresora.

Ordenador: Portátil de la marca ASUS X SERIES X553MA-BING-SX451B - precio 291.21 €, consultado en Amazon.

5. Gastos de constitución: Consistirían en los 500 € para la *off licence*, este gasto sería anual, 20 € para registrar el nombre de la compañía y 40 € para registrarme en la *Reveneue* como trabajador por cuenta propia.
6. Fianzas: Debido a que tenemos un local en alquiler deberemos depositar un mes de fianza. En Irlanda solo se deposita un mes de alquiler. Coste de la fianza: 1.458 €
7. Existencias iniciales: Para el inicio de la actividad y disponer de distintas variedades de vinos he considerado que para abaratar el coste de abastecimiento desde España lo mejor sería la adquisición de dos palé, en el cual cada palé lleva 6 alturas de 14 cajas de 12 botellas cada caja, con un total de 1008 botellas cada palé.

El precio de cada botella entregada en Dublin (Delivered Duty Paid) es de 10.20 €

8. Tesorería: La tesorería debe de hacer frente a los 1.877,90 € correspondiente al alquiler del local, suministros, servicios profesionales, marketing, seguros y otros gastos, todos ellos calculados para el primer mes de actividad.

También que haga frente al primer y segundo pago correspondiente a la compra de las existencias. El primer pago sería del 25% del total de mercancía en el momento

de la compra ascendiendo a 2.570,4 € y el segundo pago sería en el momento de entrega de la mercancía en Dublín correspondiente al 50% del valor de la mercancía, ascendiendo el segundo pago a 5140.8 €.

El 25% restante se pagaría a 90 días desde la fecha de adquisición de la mercancía.

La tesorería también debería abarcar el activo no circulante que asciende a 4.581.17 €.

Todo ello asciende a 14.170.27 € por lo que he considerado como mínimo una tesorería de 15.000€.

Descripción de gastos

GASTOS	Mensual	Anual
Alquiler local	1.458,00 €	17.496,00 €
Suministros (Teléfono, agua, luz)	120,00 €	1.440,00 €
Sueldos y salarios	0,00 €	0,00 €
Servicios profesionales (Software)	49,90 €	598,80 €
Marketing	100,00 €	1.200,00 €
Seguros local	50,00 €	600,00 €
Otros gastos	100,00 €	1.200,00 €

Alquiler de local

El local completo es de 150 m² pero nos dan la opción de poder dividirlo y solo usar 75 m², que para nuestra idea de negocio es más que suficiente.

El coste del local completo sería de 35000 € anuales pero como nosotros solo necesitaríamos la mitad serían 17500 €

La dirección del local consultado y link para su visualización:

89-91 Terenure Road North, Dublín 6

http://www.cbre.ie/ie_en/properties?p_page=detail&p_cou_id=IE%20&p_id=22456&p_sector=&p_location=84&p_terms=1&p_size_min=&p_size_max=&p_size_mrm=SQM&p_price_min=&p_price_max=&p_count=1

Suministros

Comenzamos el detalle con la partida correspondiente al teléfono, la compañía “Three” de telefonía móvil ofrece línea y datos ilimitados por tan solo 20 € mensuales.

El agua, otro de los suministros que debemos hacer frente es un tema complejo en Irlanda debido a que hasta septiembre de 2015 nunca se había pagado agua. Se paga una cuota fija anual dependiendo el tipo de negocio.

Sueldos y salarios

El primer año no he asignado remuneración ya que considero que ya es suficiente con dar viabilidad y sacar el proyecto hacia delante, para el segundo año he asignado una remuneración de 1.400 €. Todo ello reflejado en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Servicios profesionales

El único servicio profesional que vamos a demandar en un principio será el pago del alquiler y el mantenimiento de un *Software* específico para la gestión de la tienda. El coste de dicho Software es de 49,90 € / mes. Información obtenida en el siguiente enlace: www.progrma-de-gestion.com

Marketing

He reservado una partida de 100 € mensuales para acometer diferentes estrategias de marketing como repartir *flyers*, cuñas de radio, anuncios en periódico, descuentos en la compra de botellas a los 100 primeros clientes, etc.

Seguros del local

Aseguraría el local con un plan básico que cubriría lo mínimo establecido en el contrato.

Otros gastos

He reservado 100 € para gastos extras como productos de limpieza, decoración para la tienda en relación con distintas festividades (*halloween*, navidad...).

ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA

Pasos que hay que seguir para el inicio de la actividad.

Lo primero que debemos hacer es conseguir el denominado [PPS Number \(Personal Public Service Number\)](#), que es como el DNI y el número de la seguridad social en España en un mismo documento, recuerdo que en Irlanda no hay DNI y tener esa identificación hace las funciones de lo mencionado anteriormente.

Para obtener el PPS debes ir a las oficinas [Welfare Offices](#), llevar tu identificación y una prueba que estés residiendo en el país, (no sirve un contrato de piso, debes llevar una factura de gas o luz a tu nombre), la nueva normativa desde Agosto de 2015 indica que solo se expedirá cuando se haya encontrado un trabajo y el empleador te proporcione una carta para verificar que estás en posesión de un trabajo en el país, pero en nuestro caso como sería para darnos de alta como *sole trader* (autónomo), acudiríamos una vez que estemos dados de alta en la *Revenue, Irish Tax and Customs, como Sole trader*.

El siguiente paso, es registrarse como trabajador por cuenta propia (*sole trader*), es relativamente sencillo en la *Revenue, Irish Tax and Customs*, mediante el formulario TR1, el coste del mismo son 40 €.

* Adjunto formulario TR1 en anexos.

Una vez registrado en la *Revenue*, es obligatorio que la presentación de las declaraciones y los pagos se realicen a través de la ROS (*Revenue On-Line Service*)

La ROS es un software para la presentación rápida y sencilla de los impuestos en Irlanda, puedes acceder a tus datos, presentar la declaración de impuestos, pagar obligaciones fiscales, todos los días del año las 24 horas del día.

Después de la inscripción de la *Revenue*, un funcionario se presentará en tu negocio para explicarte y enseñarte el funcionamiento del programa y explicarte las operaciones del sistema tributario.

La única ayuda a la que podemos acceder es como personas desempleadas y podríamos obtener la exención de los primeros 40.000 € sobre el impuesto de la renta en el periodo de dos años.

Seguidamente solicitaremos obtener la licencia para la apertura del establecimiento, pero esta licencia puede ser denegada por múltiples motivos, como la existencia de un número elevado de

licencias para la venta de bebidas alcohólicas en la zona, por la repudia de los vecinos a la instalación de ese tipo de negocio cerca de sus viviendas, etc

La obtención de la licencia es realmente sencillo, solo tienes que rellenar el formulario correspondiente (*Excise Licence Application*) y presentarlo en la oficina de Aduanas e Impuestos Especiales (*Customs & Excise Office*). Junto con la presentación del formulario se debe presentar un certificado de liquidación de impuestos (*Tax Clearance Certificate*) y también debería de aportar un certificado de registro con el nombre de la empresa (*Certificate of Registration of business name*).

* Adjunto solicitud de licencia en anexos.

Bussines name: El nombre que se utiliza para ejercer la actividad por cualquier persona, corporación o sociedad, que ejercen la actividad en la república irlandesa y no corresponde con el nombre del titular del negocio.

Para registrar el nombre de la compañía debemos ir a la oficina de registro de empresas (*Companies Registration Office, CRO*). En nuestro caso deberemos utilizar el documento RBN1 porque no somos empresario individual, el registro del nombre se puede realizar electrónicamente en las oficinas de registro (*Companies Online Registration Enviroment*) www.core.ie . El coste del servicio sería de 40 euros si lo presentamos en papel y de 20 euros si lo hacemos nosotros mismos electrónicamente.

En el caso que se produjeran cambios que afecten a los datos facilitados para la obtención del nombre comercial, tenemos que notificar dichos cambios con un plazo de un mes desde que se produjeron los mismos, en las oficinas (*Companies Online Resgistration Enviroment*). Para la notificación de estos cambios para los autónomos deberían utilizar el formulario RBN2 que se puede realizar electrónicamente y su precio es de 15 €.

Para dar de baja el nombre de la compañía lo daríamos mediante el formulario RBN3, de la misma forma que los anteriores pero con la diferencia que este es gratuito.

El coste de la licencia para un local dedicado solo a la venta de vinos sería de 500€ anuales, que se debe de renovar cada 30 de Septiembre. Muy distinto es el precio para una licencia completa para vender cualquier tipo de bebidas, como por ejemplo vino, cerveza o bebidas espirituales que el coste de la licencia es de 65.000 €.

Otro de los pasos a seguir que en España es tan sencillo pero aquí es todo lo contrario es la apertura de una cuenta en el banco. Para ello deberemos acreditar mediante facturas de luz o de gas que estamos residiendo en Irlanda y acreditar mediante esas facturas que tienes el local en alquiler.

Actualmente todos los trabajadores por cuenta propia entre 16 y 65 años que ganen más de 5000€ anuales están obligados a pagar el PRSI (cuota de autónomos en España). La contribución es de un 4 % sobre los ingresos con un mínimo de 500 €.

ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Gastos

La partida de gastos fijos ya esta detallada anteriormente pero comentar que para el segundo y tercer año considero una subida del IPC del 1,5% en todos los gastos

Gastos variables

Los gastos variables depende del precio que podamos conseguir nuestra materia prima que son las botellas de vino.

- Durante el primer año he considerado que las podemos conseguir a 10,20 € / botella (precio *Delivered Duty Paid*²⁴)
- El segundo año ya estoy más afianzado en el sector y consigo mejores precios reduciendo el coste de adquisición hasta los 10 € / botella (precio *Delivered Duty Paid*)
- El tercer año al encargarme yo mismo del transporte consigo que la materia prima (precio *Ex Works*²⁵) roce los 9 € que incluyendo los costes del transporte y demás costes asociados, se conseguiría un coste de materia prima de 9,80 € / botella.

²⁴ [http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm.Delivered Duty Paid \(named destination place\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm.Delivered_Duty_Paid_(named_destination_place)): ‘entregado con derechos pagados (lugar de destino convenido)’.

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. El tipo de transporte es polivalente/multimodal

²⁵ *Ex Works (named place)* → ‘en fábrica (lugar convenido)’.

El vendedor pone mercancía a disposición del comprador en sus propias instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.

El incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos (conocido como transporte multimodal). Es decir el proveedor se encarga de la logística y el traslado necesario para que el comprador tenga el suministro del producto en el mismo lugar donde desempeña la tarea productiva. Este Incoterm no sufrió modificación en relación a los Incoterms año 2000.

La inversión se afronta de la siguiente manera:

- 5.000 € financiación propia.
- 10.000 € financiados por una entidad Bancaria mediante préstamo al 7%.

Otra forma de financiación en el caso de necesidad sería una cuenta de crédito. Con dicha operación financo desfases de tesorería producidos entre la compra del producto, y su posterior recuperación en forma de ventas. Así dispongo de liquidez en los momentos de necesidades pagando intereses sobre el capital dispuesto.

Se destina a la financiación del circulante, como por ejemplo:

-Financiación de *stocks*.

-Financiación de compras.

-Dotación de efectivo para cubrir necesidades de tesorería.

-Cobertura de pagos imprevistos.

Tipo de interés del 5,25%.

Saldo no dispuesto 0,20% y sin comisión de apertura.

* Adjunto en anexo, cuadro de financiación si me financiara mediante un préstamo a 5 años con un tipo de interés del 7%. Para realizar los cálculos de una forma más correcta y simplificada.

Amortizaciones

Las amortizaciones de materiales son las siguientes:

CUADRO DE AMORTIZACIONES	Importe	% Amortización	Amortización
Acondicionamiento local	700,00 €	10%	67,00 €
Equipamiento (nevera)	219,99 €	25%	55,00 €
Mobiliario	1.149,00 €	20%	229,80 €
Equipo informático	381,10 €	25%	95,28 €
		Total	447,07 €

Punto muerto

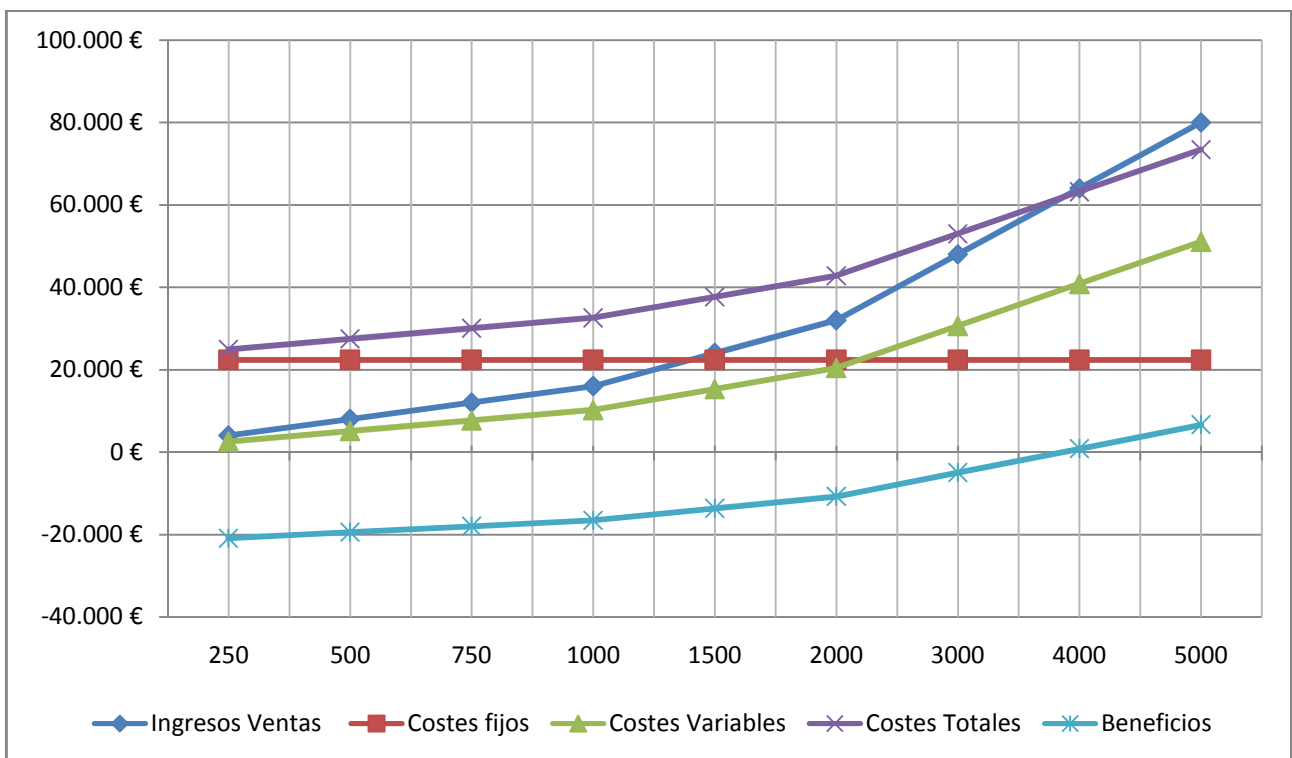
1º- El precio neto de venta de las botellas es 16 € y los costes variables son de 10,20 € botella, la suma de todos los costes fijos asciende a 22.383,00€. A continuación muestro una tabla con los datos que afectan para obtención del umbral de rentabilidad para poder determinar cuál es el momento en el cual comenzamos a obtener los primeros beneficios.

Gastos	Mensual	Anual
GASTOS FIJOS	1.865,25 €	22.383,00 €
Alquiler local	1.458,00 €	17.496,00 €
Suministros	120,00 €	1.440,00 €
Sueldos y Salarios	0,00 €	0,00 €
Marketing	100,00 €	1.200,00 €
Seguros	50,00 €	600,00 €
Otros Gastos	100,00 €	1.200,00 €
Amortizaciones	37,25 €	447,00 €
GASTOS VARIABLES	10,20 €	10,20 €
Gastos Variables (materia prima)		
TOTAL GASTOS	1.902,50 €	22.393,20 €
Precio medio de venta/unidad	16,00 €	16,00 €
VENTAS (UMBRAL)	321,59	3.859,14

Tabla explicativa del punto muerto

Unidades	Ingresos Ventas	Costes fijos	Costes Variables	Costes Totales	Beneficios
250	4.000,00 €	22.383,00 €	2.550,00 €	24.933,00 €	-20.933,00 €
500	8.000,00 €	22.383,00 €	5.100,00 €	27.483,00 €	-19.483,00 €
750	12.000,00 €	22.383,00 €	7.650,00 €	30.033,00 €	-18.033,00 €
1000	16.000,00 €	22.383,00 €	10.200,00 €	32.583,00 €	-16.583,00 €
1500	24.000,00 €	22.383,00 €	15.300,00 €	37.683,00 €	-13.683,00 €
2000	32.000,00 €	22.383,00 €	20.400,00 €	42.783,00 €	-10.783,00 €
3000	48.000,00 €	22.383,00 €	30.600,00 €	52.983,00 €	-4.983,00 €
4000	64.000,00 €	22.383,00 €	40.800,00 €	63.183,00 €	817,00 €
5000	80.000,00 €	22.383,00 €	51.000,00 €	73.383,00 €	6.617,00 €

Gráfica descriptiva sobre la tabla



En la grafica se observa la evolución de las ventas, costes fijos, costes variables, costes totales y beneficios, desde el inicio de la actividad.

En este proyecto el punto muerto se encontraría en **3.859,14** botellas, con la siguiente venta empezariamos a obtener nuestros primeros beneficios.

Cuenta de pérdidas y ganancias

En la cuenta de pérdidas y ganancias esta reflejados los gastos e ingresos de los tres años desde el inicio del proyecto.

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS	MENSUAL	AÑO 1	MENSUAL	AÑO 2	MENSUAL	AÑO 3
Ingresos	6.813,33 €	81.760,00 €	8.176,00 €	98.112,00 €	8.993,60 €	107.923,20 €
Venta de vino en tienda	2.920,00 €	35.040,00 €	3.504,00 €	42.048,00 €	3.854,40 €	46.252,80 €
Venta online	3.893,33 €	46.720,00 €	4.672,00 €	56.064,00 €	5.139,20 €	61.670,40 €
Gastos Totales	6.158,65 €	73.903,80 €	8.350,32 €	100.203,82 €	8.795,44 €	105.545,33 €
Materia Prima (G. Variable)	4.343,50 €	52.122,00 €	5.110,00 €	61.320,00 €	5.508,58 €	66.102,96 €
Margen Bruto	2.469,83 €	29.638,00 €	3.066,00 €	36.792,00 €	3.485,02 €	41.820,24 €
%		36%		38%		39%
Alquiler local	1.458,00 €	17.496,00 €	1.479,87 €	17.758,44 €	1.502,07 €	18.024,82 €
Suministros	120,00 €	1.440,00 €	121,80 €	1.461,60 €	123,63 €	1.483,52 €
Sueldos y Salarios	0,00 €	0,00 €	1.400,00 €	16.800,00 €	1.421,00 €	17.052,00 €
Servicios Profesionales	49,90 €	598,80 €	50,65 €	607,78 €	51,41 €	616,90 €
Marketing	100,00 €	1.200,00 €	101,50 €	1.218,00 €	103,02 €	1.236,27 €
Seguros	50,00 €	600,00 €	50,75 €	609,00 €	51,51 €	618,14 €
PRSI (Cuota autónomos)	272,53 €	3.270,40 €	327,04 €	3.924,48 €	359,74 €	4.316,93 €
Otros Gastos	100,00 €	1.200,00 €	100,00 €	1.200,00 €	100,00 €	1.200,00 €
Amortizaciones	37,25 €	447,00 €	37,25 €	447,00 €	37,25 €	447,00 €
Gastos puesta en marcha	0,00 €	4.581,17 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	654,68 €	3.275,03 €	-174,32 €	-2.091,82 €	198,16 €	2.377,87 €
%		4,01%		-2,13%		2,20%
Gastos Financieros		2.658,54 €		2.513,54 €		2.368,55 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		616,49 €		-4.605,36 €		9,32 €

%		0,75%		-4,69%		0,01%
Impuesto sobre Beneficios		0,00 €		0,00 €		0,00 €
RESULTADO DESPUÉS DE IMPUESTOS		616,49 €		-4.605,36 €		9,32 €
%		0,75%		-4,69%		0,01%

Tesorería

Para calcular la previsión de tesorería el horizonte es de un año, pero realizándolo mes a mes lo que corresponde tanto a cobros como a pagos.

Partiendo de un saldo inicial de 15.000 €

Detallado todo en el siguiente cuadro:

PREVISION DE TESORERIA												
SALIDAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alquiler Local	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €	1.458,00 €
Suministros	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €
Sueldos y salarios	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Servicios Profesionales	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €	49,90 €
Marketing	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Seguro Local	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Otros Gastos	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Puesta en marcha	4.581,17 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Materias primas	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €	4.343,50 €
TOTAL GASTOS	10.802,57 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €	6.221,40 €

ENTRADAS	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 ventas	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €
TOTAL INGRESOS	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €	6.813,33 €

SALDO INICIAL												
15.000,00 €	11.010,76 €	11.602,70 €	12.194,63 €	12.786,56 €	13.378,50 €	13.970,43 €	14.562,36 €	15.154,30 €	15.746,23 €	16.338,16 €	16.930,10 €	17.522,03 €

IVA SOPORTADO												
Alquiler Local	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €	335,34 €
Suministros	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €	27,60 €
Sueldos y salarios	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Servicios Profesionales	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €	11,48 €
Marketing	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €
Seguro Local	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €	11,50 €
Otros Gastos	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €	23,00 €
Materias primas +/-23%	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €	999,01 €
IVA inversión	1.053,67 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €	1.430,92 €

IVA REPERCUTIDO												
Venta de vino	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €	1.567,07 €
Total IVA	1.189,81 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €	136,14 €
Hacienda x IVA	0,00 €	0,00 €	1.462,10 €	0,00 €	0,00 €	408,43 €	0,00 €	0,00 €	408,43 €	0,00 €	0,00 €	816,87 €
TOTAL PAGOS	12.233,49 €	7.652,32 €	9.114,43 €	7.652,32 €	7.652,32 €	8.060,76 €	7.652,32 €	7.652,32 €	8.060,76 €	7.652,32 €	7.652,32 €	8.469,19 €
TOTAL INGRESOS	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €	8.380,40 €
SALDO INICIAL	11.146,91 €	11.874,99 €	11.140,96 €	11.869,04 €	12.597,12 €	12.916,76 €	13.644,84 €	14.372,92 €	14.692,56 €	15.420,64 €	16.148,72 €	15.243,06 €
15.000,00 €	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€

RESUMEN Y CONCLUSIONES

La forma jurídica más idónea para el proyecto es iniciar la actividad como *sole trade*, debido a los escasos gastos de inicio y el poco riesgo que supone la actividad.

Dentro del proyecto podrían tener cabida solos siguientes tipos de vinos.

Vinos Blanco:

- Enate Chardonnay 234 2013. Bodegas ENATE. D. O. Somontano.
- Laus Flor de Chardonnay 2013 Barrica. Bodegas Laus S.L. D.O. Somontano.
- Urbezo Chardonnay 2013, Bodegas Solar de Urbezo S.L. D.O. Cariñena.
- Enate Chardonnay Fermentado en Barrica 2011. Bodegas ENATE. D.O. Somontano.

Vinos Rosados:

- Laus Flor de Merlot. Bodegas Laus. D.O. Somontano.
- Castillo Ducay. Bodegas San Valero. D.O. Cariñena.
- Enate Rosado. Bodegas ENATE. D.O. Somontano.
- Osca. Bodegas Osca. D.O. Somontano.
- Lágrimas de Obergo. Bodegas Orbego. D.O. Somontano.
- Baltasar Gracián Frizzante. Bodegas San Alejandro. D.O. Calatayud.
- Borsao Rosado Selección. Bodegas Borsao. D.O. Campo de Borja.

Vinos Tintos:

- Tres Picos. Bodegas Borsao. D.O. Campo de Borja.
- Coto de Hayas Garnacha Centenaria. Bodegas Aragonesas. D.O. Campo de Borja.
- Coto de Hayas Reserva. Bodegas Aragonesas. D.O. Campo de Borja.
- Las Rocas, Viñas Viejas. Bodegas San alegrando. D.O. Calatayud.
- Atteca. Bodega Atteca. D.O. Calatayud.
- 8.0.1. Bodegas San Valero. D.O Cariñena.

Para la viabilidad del proyecto resulta desde mi punto de vista fundamental la ubicación del negocio y la promoción en un segmento determinado del mercado (clase media/alta).

Considero que la localización y ubicación es correcta, y lo que puede ser más costoso es la promoción de la “cultura del vino” que quiero implantar, vino aragoneses, vinos de gama media, buscando una relación calidad-precio alta, teniendo en cuenta que una dificultad es el que son vinos no tan “conocidos” como otras denominaciones, principalmente Rioja y Ribera del Duero.

Entiendo que consiguiendo compras de vinos que rondan precios entre los 8,5 € y 9,5 € con una calidad media / alta, para que con el transporte el precio medio por botella no superen los 10,20 €, en el caso que el precio medio por botella supere los 10,20 € previsto para la compra el proyecto tendría dificultades.

Como debilidad entiendo que es el escaso o nulo conocimiento de los vinos aragoneses. Pero que con una promoción correcta, una zona de actuación correcta y el factor del boca a boca entre los Irlandeses esta debilidad puede convertirse en una fortaleza, ya que entiendo que los “caldos” que pretendo implantar, son “muchísimo” mejores en relación calidad/precio. Para el segmento de población que pretendo empezar (clase media/alta) serían vinos baratos y de calidad, eso sí serian vinos novedosos y poco conocidos.

Adjunto en anexo, modelo de creación de empresa en Irlanda. Es un impreso en el cual explicas plan de negocio a presentar, rellenando un formulario que luego se presenta para la solicitud de subvenciones, posibles socios, financiación bancaria, etc

Tenido en cuenta que con trabajo, perseverancia, ilusión,...todo es más fácil de conseguir entiendo que como todo en la vida, hay que tener en cuenta el factor “suerte”. El cual es determinante en muchos negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Josefina L. Murillo Luna y Olga Urbina Pérez (Departamento Dirección y organización de empresas), Manual de organización de empresas, Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos, Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo, Universidad de Zaragoza, 2011.
- Juan Camón Cala (Departamento Dirección y organización de empresas), Apuntes de Creación de Empresas, Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos, Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo, Universidad de Zaragoza, 2014.
- Carmen, Pelet Redón, Gloria Tena Tena, Olga Urbina Pérez, Cátedra DPZ-Desarrollo Local 2014, Universidad de Zaragoza, Análisis Económico y Financiero de la Cooperativas vitivinícolas en la provincia de Zaragoza. Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo.

WEBGRAFÍA

Expansión / Datos macro. <http://www.datosmacro.com/smi>

Gobierno de Aragón. <http://www.aragon.es/>

Irish tax and Customs <http://www.revenue.ie/es/index.html>

España Exportación e Inversiones. <http://www.icex.es/icex/es/index.html>

Aragón exporta. <http://exportarenaragon.es/>

Denominación de origen de Cariñena. <http://www.elvinodelaspiedras.es/>

Denominación de origen Campo de Borja. <http://www.docampodeborja.com/es/>

Denominación de origen Somontano. <http://dosomontano.com/>

Denominación de origen Calatayud. <http://www.docalatayud.com/>

Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. <http://www.exteriores.gob.es/embajadas/dublin/es/Paginas/inicio.aspx>

ANEXOS

Survey wine

1°- Sex

	<i>Lady</i>
	<i>Male</i>

2°Age

	<i>18-25 years</i>
	<i>25-35 years</i>
	<i>35-50 years</i>
	<i>50-65 years</i>
	<i>more 65 years</i>

3°- Frequency of wine consumption

	<i>Daily</i>
	<i>Weekly</i>
	<i>Several days a week</i>
	<i>Monthly</i>
	<i>Never</i>

4°- What kind of wine consumed more often?

	<i>Red wine</i>
	<i>White wine</i>
	<i>Rose wine</i>
	<i>Dessert wine</i>
	<i>Champagne & Sparkling Wine</i>

5°- Instead of buying wine

	<i>Off licences</i>
	<i>Supermarket</i>
	<i>Internet</i>
	<i>Others</i>

6°- What aspects you value when buying a wine?

	<i>Price</i>
	<i>Wine brand</i>
	<i>Denomination of origin</i>
	<i>Image (bottle design)</i>
	<i>Wine graduation</i>
	<i>Grape variety</i>

	<i>Old wine (reserve, breeding, young)</i>
	<i>Awards and recommendations</i>

7°- *Qualities of wine. What is the value most ?*

	<i>Scent of wine</i>
	<i>Flavored wine</i>
	<i>Color wine</i>
	<i>Others</i>

8°- *Do you point designations of origin you know?*

	<i>D. O. Somontano</i>
	<i>D. O. Calatayud</i>
	<i>D. O. Campo de Borja</i>
	<i>D. O. Cariñena</i>
	<i>D. O. Rioja</i>
	<i>D. O. Penedes</i>

9°- *Do you point the type of grape you know?*

	<i>Cabernet Sauvignon</i>
	<i>Pinot Noir</i>
	<i>Chardonnay</i>
	Merlot
	<i>Syrah</i>
	Tempranillo
	Garnacha
	Albariño
	<i>Riesling</i>
	<i>Gewurstraminer</i>
	<i>Others</i>

10°- *What is the best known Spanish wine?*

Mes		Capital	Interés	
-60	Cuota	-10.000 €	7%	Capital residual
1	227.08 €	166.67 €	60.42 €	9833.33 €
2	226.08 €	166.67 €	59.41 €	9666.67 €
3	225.07 €	166.67 €	58.40 €	9500.00 €
4	224.06 €	166.67 €	57.40 €	9333.33 €
5	223.06 €	166.67 €	56.39 €	9166.67 €
6	222.05 €	166.67 €	55.38 €	9000.00 €
7	221.04 €	166.67 €	54.38 €	8833.33 €
8	220.03 €	166.67 €	53.37 €	8666.67 €
9	219.03 €	166.67 €	52.36 €	8500.00 €
10	218.02 €	166.67 €	51.35 €	8333.33 €
11	217.01 €	166.67 €	50.35 €	8166.67 €
12	216.01 €	166.67 €	49.34 €	8000.00 €
13	215.00 €	166.67 €	48.33 €	7833.33 €
14	213.99 €	166.67 €	47.33 €	7666.67 €
15	212.99 €	166.67 €	46.32 €	7500.00 €
16	211.98 €	166.67 €	45.31 €	7333.33 €
17	210.97 €	166.67 €	44.31 €	7166.67 €
18	209.97 €	166.67 €	43.30 €	7000.00 €
19	208.96 €	166.67 €	42.29 €	6833.33 €
20	207.95 €	166.67 €	41.28 €	6666.67 €
21	206.94 €	166.67 €	40.28 €	6500.00 €
22	205.94 €	166.67 €	39.27 €	6333.33 €
23	204.93 €	166.67 €	38.26 €	6166.67 €
24	203.92 €	166.67 €	37.26 €	6000.00 €

25	202.92 €	166.67 €	36.25 €	5833.33 €
26	201.91 €	166.67 €	35.24 €	5666.67 €
27	200.90 €	166.67 €	34.24 €	5500.00 €
28	199.90 €	166.67 €	33.23 €	5333.33 €
29	198.89 €	166.67 €	32.22 €	5166.67 €
30	197.88 €	166.67 €	31.22 €	5000.00 €
31	196.88 €	166.67 €	30.21 €	4833.33 €
32	195.87 €	166.67 €	29.20 €	4666.67 €
33	194.86 €	166.67 €	28.19 €	4500.00 €
34	193.85 €	166.67 €	27.19 €	4333.33 €
35	192.85 €	166.67 €	26.18 €	4166.67 €
36	191.84 €	166.67 €	25.17 €	4000.00 €
37	190.83 €	166.67 €	24.17 €	3833.33 €
38	189.83 €	166.67 €	23.16 €	3666.67 €
39	188.82 €	166.67 €	22.15 €	3500.00 €
40	187.81 €	166.67 €	21.15 €	3333.33 €
41	186.81 €	166.67 €	20.14 €	3166.67 €
42	185.80 €	166.67 €	19.13 €	3000.00 €
43	184.79 €	166.67 €	18.13 €	2833.33 €
44	183.78 €	166.67 €	17.12 €	2666.67 €
45	182.78 €	166.67 €	16.11 €	2500.00 €
46	181.77 €	166.67 €	15.10 €	2333.33 €
47	180.76 €	166.67 €	14.10 €	2166.67 €
48	179.76 €	166.67 €	13.09 €	2000.00 €
49	178.75 €	166.67 €	12.08 €	1833.33 €
50	177.74 €	166.67 €	11.08 €	1666.67 €

51	176.74 €	166.67 €	10.07 €	1500.00 €
52	175.73 €	166.67 €	9.06 €	1333.33 €
53	174.72 €	166.67 €	8.06 €	1166.67 €
54	173.72 €	166.67 €	7.05 €	1000.00 €
55	172.71 €	166.67 €	6.04 €	833.33 €
56	171.70 €	166.67 €	5.03 €	666.67 €
57	170.69 €	166.67 €	4.03 €	500.00 €
58	169.69 €	166.67 €	3.02 €	333.33 €
59	168.68 €	166.67 €	2.01 €	166.67 €
60	167.67 €	166.67 €	1.01 €	0.00 €
Total	11842.71 €	10000.00 €	1842.71 €	0.00 €

Excise Licence Application



IT IS AN OFFENCE TO TRADE WITHOUT AN EXCISE LICENCE. YOU MUST WAIT UNTIL THE LICENCE ISSUES BEFORE YOU COMMENCE TRADING.

Please read the notes overleaf before completing this Application

Please Complete in BLOCK CAPITALS
Do NOT enclose payment with this Application

Licence/Permit Details

Licensee Name: _____

Please enter the Licensee name. (These details will appear on the Licence)

Licence Type: _____

Please enter the Licence Type being applied for. (See list of licences overleaf)

Tax Reference No:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tax Type: _____

Please enter the Tax Reference Number of the Licensee as named above and the Tax Type to which it relates e.g. VAT.

Business Details: _____

Describe the Business(s) conducted on this premises, in as much detail as possible e.g. Retail shop and/or Restaurant and/or Public house etc.

Nominee: _____

Please enter a Nominee Name, if applicable e.g. company director or precedent partner.

Business Name: _____

Please enter the Business Name of the premises, i.e. the name over the door of the premises.

Premises Address: _____

Please enter the address of the premises that is to be licensed. _____

When did trading commence?

D	D	/	M	M	/	Y	Y	Y	Y
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Was the premises previously licensed? Yes No

If Yes, please provide details of the previous owner/licence reference: _____

Please state relationship with previous owner, if any: _____

Mailing Name and address: _____

Please enter a Mailing Address if correspondence is to be posted to an address other than the Licensed Premises address. _____

Declaration

I declare that the person(s)/entity named above is/are the current trading person(s)/entity and I hereby make application for the licence described above.

Signature _____ **Date** _____

Position _____ **Tel. No.:** _____

Director, Secretary, etc.

NOTES

You may use this form to apply for approval for the following licence types:

1. Wholesale Dealer and Retailer of Spirits, Wine or Sweets (**Please specify**, e.g. Wholesale Dealer in Wine).
2. Distiller of Spirits, Rectifier or Compounder of Spirits, Brewer of Beer for Sale, Manufacturer of Sweets for Sale, Manufacturer of Cider or Perry for Sale.
3. Greyhound Racetrack.
4. Methylated Spirits Retailer.

An original court certificate must accompany the following applications:

5. Retailer's Off Licence (Beer and/or Wine and/or Spirits)
6. Wholesale dealer in Beer
7. New Publicans Licence or transfer of Publicans Licence
8. New Special Restaurant Licence
9. Theatre Licence applications must include a Court issued Public Music and Singing Licence with a 3-6 month official program of events.
10. Wine Retailer's On Application must be accompanied by a Wine Retailer's On Requisition form (Wineap), completed in triplicate. The Courts and An Garda Síochána are informed and allowed 30 days in which to place any objection to the issuing of the Licence.

The Application should be **signed** by the Licensee if a Sole Trader, by one of the Partners if a Partnership or, in the case of an Incorporated Firm by the Company Secretary or a Director of the Company.

If this Application is approved the Revenue Commissioners will issue you with an Application Notice to apply for the Licence, at which stage you will be required to declare that you hold in your possession the following documentation:

1. A valid Tax Clearance Certificate is required where the applicant is an individual. Corporate applications will require valid Tax Clearance Certificates for the company and each relevant officer. Certificates do not need to be submitted. Revenue automated systems will verify that current Tax Clearance Certificates are in place.
2. If the Applicant is a Limited Company, a Short Certificate of Incorporation dated not earlier than 4 weeks before the date of application, will be required to take up the Licence. Duplicate Certificates of Incorporation are available at: www.cro.ie, LoCall 1890 220 226 or 01 804 5200.
3. If the Applicant trades using a name which is not that of the beneficial owner of the business, a Certificate of Registration of Business Name will be required to take up the Licence. Duplicate Certificates of Registration of the Business Name can be obtained at: www.cro.ie, LoCall 1890 220 226 or 01 804 5200.

Once you have received your Application Notice from the National Excise Licence Office you can apply for your Licence using either of the methods below:

Revenue On-Line Services (ROS): You can apply for your Excise Licence on-line using ROS. For details visit the Revenue website at www.revenue.ie or phone **ROS Helpline: 1890 201 106**

OR

By completion of the Payslip located at the bottom of the Application Notice: Payment should be made by cheque / bank draft and made payable to the Collector-General using the prepaid envelope provided. **Do NOT enclose cash.**

**Office of the Revenue Commissioners
National Excise Licence Office
Government Offices
The Glen
Waterford**

**Contact us:
1890 500 400
exciselicences@revenue.ie
www.revenue.ie**



Registro fiscal

TR1

Este formulario debe ser utilizado por:

1. Personas físicas: cumplimente los apartados A(1), A(3) y B, C, D y/o E, si procede
2. Sociedades colectivas, consorcios o entidades jurídicas: rellene apartados A(2), A(3) y B, C, D o E si procede para registrarse en el impuesto sobre la renta, IVA, empresa para PAYE/PRSI o impuesto sobre contratos mercantiles.

No deberá ser utilizado por:

- Empleados del sistema PAYE que comienzan un empleo por primera vez: utilicen el formulario 12A
- Sociedades mercantiles: utilicen el formulario TR2
- Toda entidad cuyo único fin sea recibir un número de inscripción para obtener una subvención/ certificado de exención fiscal: use el formulario de inscripción para exenciones disponible en el sitio web
- Personas que sean agentes recaudadores de propietarios no residentes: usen el formulario de inscripción para agentes recaudadores disponible en el sitio web

Cumplimente TODOS los apartados del formulario que corresponda EN MAYÚSCULAS, firme la declaración abajo y envíela a su oficina local de Hacienda. La ausencia de informaciones precisas podría retrasar la inscripción o inscripciones o la recepción de declaraciones y otros formularios.

Apdo. A Información general

A1 Personas físicas – Rellene esta información sobre la persona que desea registrarse y luego pase a la sección A3

1. Nombre Apellido

2. Género Varón Mujer Número PPS

3. Nacionalidad Domicilio

4. Estado civil

Marque la casilla debida Soltero/a Casado/a Viudo/a Casado/a en vivienda aparte Divorciado/a

5. Si está casado/a

Nombre del cónyuge Número PPS

O, si desconoce su número PPS, su

Nombre de soltera Fecha de nacimiento Nombre de soltera de la madre

A2 Consorcios/Sociedades colectivas – Rellene esto sobre la entidad que desea registrarse y luego la sección A3

6. Nombre de la entidad

7. Responsable¹

(a) Nombre

(b) Domicilio

8. Si estaba inscrito antes, señale nº fiscal estatal usado

Declaración Efectúese siempre antes de registrarse en todo impuesto

Declaro que las informaciones facilitadas en la presente solicitud son totalmente correctas

NOMBRE (en MAYÚSCULAS) FIRMA

CALIDAD EN QUE ACTÚA (individuo, secretario, socio, administrador, etc.) FECHA DD / MM / AAAA

¹ Responsable: puede ser el secretario del grupo, el presidente o el socio en funciones anterior.

Apdo. A (continuación) Información general

9. Sociedad colectiva, consorcio u otra entidad

Facilite esta información para cada socio, administrador u otros oficiales. En la sección «Calidad en que actúa» señale si es socio en funciones anterior, socio, administrador, tesorero... Si es necesario, siga en hoja aparte.

Nombre	Domicilio personal	Calidad en q. actúa	Número PPS (sólo socios)							
(i)										
(ii)										
(iii)										
(iv)										

Si una entidad exenta del pago desea registrarse a efectos fiscales, indíquese el motivo

Exención impuestos Sección 980 cert. Otros (especifique)

A3 Datos de la empresa

10. Si tiene un nombre comercial, indique

Razón social

11. Forma jurídica (marque la casilla adecuada)

Empresario indiv. Sociedad Otros (señale)

12. Domicilio comercial (si difiere del anterior)

Teléfono: código de área Número Teléfono móvil
 Fax: código de área Número Correo electrónico

13. Tipo de actividad

(a) negocios ventas minoristas ante todo ventas mayoristas ante todo fabricación ante todo
 construcción y relacionados forestal/ procesamiento carne servicios y otros

(b) Describa las actividades que realiza con la mayor precisión posible. Describa con todo detalle, por ejemplo «tendero», «agricultor de productos lácteos», «fabricante textil», «alquiler de propiedades», «rendimientos de inversiones» etc. **No** use términos generales como «dependiente», «fabricante», «informática», «consultoría»...

Si la solicitud se refiere a actividades relacionadas con propiedades, también debe rellenar la sección 29.

14. Indique si el negocio ofrece bolsas de plástico a clientes (marq.) Sí No

15. Indique fecha de inicio de las operaciones o negocio / /

16. Indique hasta qué fecha se harán las cuentas anuales / /

17. Indique los ingresos previstos en los próx. doce meses €

18. Información sobre el asesor

Si procede, facilite información relativa al contable o asesor fiscal de la empresa, que se encargará de preparar las cuentas y declaraciones tributarias en su nombre.

Nombre
 Domicilio

Teléfono: código de área Número Teléfono móvil
 Fax: código de área Número Nº identificación de asesor fiscal (TAIN)
 Referencia del cliente

19. Si el contable o asesor se encarga de la correspondencia relativa al IVA (p. ej. VAT 3), marque la casilla

20. Si las instalaciones empresariales son alquiladas, indique

Nombre y domicilio del propietario (salvo inmobiliarias o recaudadores de alquileres)

Importe pagado en alquiler a la semana, mes o año Marq. frecuencia €

Fecha en que la empresa comenzó a pagar el alquiler / /

Duración del período de alquiler/ arrendamiento acordado

21. Si adquirió el negocio de un propietario anterior, indique

Nombre y domicilio actual del propietario anterior

Número IVA/ registro de esa persona

Apdo. B Registro en el impuesto sobre la renta (no PAYE)

22. Indique si desea registrarse en el impuesto sobre la renta (marq.) y rellene **Sí** **No**
23. Principal fuente de ingresos² Comercio Renta extranjera incl. salario y pensión Renta alquiler Otros (especifique)

Apdo. C Registro en el IVA

24. Indique si desea registrarse en el IVA (marque) y rellene: **Sí** **No**
25. Registro
- (i) Indique fecha a partir de la cual desea registrar su sociedad / /
- (ii) Indique si desea registrarse sólo por **adquisiciones de la Unión Europea** **Sí** **No**
(Esto se aplica sólo a agricultores y entidades no imposables) (Marque)
- (iii) Indique si desea registrarse
- (a) porque sus **ingresos superan** o probablemente lo harán los **límites** previstos en las legislaciones (a) [Marque (a), (b) o (c) según proceda]
- (b) porque **decide ser persona imponible** a estos efectos (aunque no está obligada a serlo por ley)? (b)
- (c) porque se refiere a **servicios del anexo cuarto** (c)
26. Indique si solicita que el dinero recibido sea base de contabilidad para bienes y servicios (Marque) **Sí** **No**
- Si su respuesta es afirmativa, es así porque:
- (a) los ingresos anuales previstos serán inferiores a 635.000€ (a) [Marque (a) o (b) según corresponda]
- (b) al menos el 90% de los ingresos anuales que prevé proceden del suministro de bienes o prestación de servicios a personas que no están registradas, por ejemplo hospitales, escuelas o público general (b)
27. Si representa a una empresa extranjera que desea registrarse en este Estado
Indique la renta anual prevista por el suministro de bienes o servicios en el Estado. €
28. Señale cuenta del banco o sociedad crédito donde se abonarán reintegros del IVA (obligatorio)
- Banco/Sociedad de crédito
- Domicilio de la sucursal
- Código de la sucursal Número de cuenta
29. Información de la propiedad a efectos del IVA
- (a) Dirección de la propiedad
- (b) Fecha de compra o de comienzo de la reforma / /
- (c) Nº de referencia del permiso de construcción, si procede
- (d) Declaración firmada por usted/ su cliente que confirme que la propiedad en cuestión será comprada o reformada para ser vendida o utilizada de modo de implique obligaciones con respecto al IVA, a saber:
- venta indiscutible de la propiedad o
 - creación de un arrendamiento a largo plazo, es decir, por más de diez años o
 - renuncia de exención con respecto a alquileres a corto plazo, es decir, por menos de 10 años.
- En caso de sociedad colectiva, esta declaración podrá ser firmada por el socio en funciones anterior.
30. Renuncia de exención (sólo en caso de alquiler de propiedades)
(Dichos servicios suelen estar exentos del IVA)
Señale sí para renunciar a exención del IVA en alquiler de propiedades (Marq.) **Sí** **No**
- Tenga presente que la renuncia a la exención se aplica a todo rendimiento percibido por alquileres a corto plazo, procedan o no de las propiedades citadas. La opción de «renuncia de exención» no puede aplicarse con efectos retroactivos.

² Marque la casilla correspondiente. Si su fuente de ingresos principal está sujeta a PAYE pero se registra, pues su renta no PAYE no puede codificarse para deducciones fiscales, indique aquí su principal fuente de ingresos excluida renta PAYE.

Apdo. D Registro como empresa para PAYE/PRSI

31. Indique si desea registrarse como empresa para PAYE/PRSI (Marq.) Sí No
Si la respuesta es negativa, no necesita responder a las preguntas 32, 33 o 34. Vaya al APDO. E.

32. Personas contratadas

- (i) Número de empleados: **Jornada completa** – trabajan 30 horas o más por semana
Media jornada – trabajan menos de 30 horas por semana
- (ii) Indique la fecha de incorporación del primer empleado / /

33. Indique sistema de nóminas y registro PAYE/PRSI que usa (Marq. casilla debida)

1. Sistema informático Regístrese en el servicio fiscal en línea (ROS) en www.revenue.ie para recibir copias electrónicas de los certificados de deducciones fiscales
2. Otro sistema manual Libros de salarios en tiendas de material de oficina o librerías-papelerías

34. Correspondencia sobre PAYE/PRSI

Si la correspondencia relativa a PAYE/PRSI es tramitada por un agente, marque esta casilla y facilite esta información si difiere de la indicada en el punto 18.

Nombre

Domicilio

Teléfono: código de área

Fax: código de área

Referencia del cliente

Número

Número

Teléfono móvil

Nº identificación de asesor fiscal (TAIN)

Apdo. E Registro como contratista principal (Impuesto de contratos mercantiles)

35. Indique si desea registrarse como contratista principal para el impuesto sobre contratos mercantiles en los sectores de construcción/forestal/ procesamiento de carne Sí No
(Marque . Si la respuesta es negativa, no necesita responder a las preguntas 36 a 40 inclusive).

36. Fecha de inicio como contratista principal

/ /

37. Número de subcontratistas no certificados contratados actualmente:

38. Confirme si cada subcontratista ha rellenado el formulario RCT1 (Marque)

Sí No

39. Indique dirección de toda obra en la cual trabaja actualmente todo subcontratista no certificado: (Adjúntese hoja aparte si fuese necesario)

<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------

40. Deseo solicitar el número siguiente de RCTDCs/C45s y, al hacerlo así, confirmo que los RCTDCs/C45s se utilizarán exclusivamente durante las actividades del contratista principal

Información complementaria

Los siguientes folletos proporcionarán información complementaria sobre los aspectos fiscales del profesional autónomo. Podrá obtenerlos en www.revenue.ie, en el Servicio de formularios y folletos de Hacienda (*Revenue's Forms and Leaflets service*) llamando al número de atención 1890 306 706 o en su oficina local de Hacienda.

- IT48 Guía del emprendedor – Guía fiscal
- IT50 PAYE/PRSI para pequeñas empresas
- IT63 Impuesto sobre contratos mercantiles – Guía para contratistas principales
- Guía de empresas que operan PAYE y PRSI para ciertos beneficios

Si desea realizar alguna consulta o tiene alguna duda, póngase en contacto con su oficina regional de Hacienda o con el servicio de consultas PAYE de la empresa en el número de atención 1890 25 45 65.

Para opciones de pago, como **domiciliación bancaria**, contacte al **Recaudador General** en el nº de atención 1890 20 30 70.

Servicio fiscal en línea (ROS) Gane tiempo – Cumpla al momento

Una vez registrado, podrá acceder a información fiscal y presentar declaraciones en línea con al servicio fiscal en línea (ROS). ROS está disponible 24 horas al día, 365 días al año. Es fácil, instantáneo y seguro.

Para más información sobre ROS, visite nuestro sitio web www.revenue.ie o llame a la oficina de información ROS en nº 1890 20 11 06.

1. EXECUTIVE SUMMARY

Max. 100 words

Business Description		
Business Model		
Market Analysis		
Competitive Advantage		
Financial Projections		
Risk Assessment		
Conclusion		

2. NAME OF BUSINESS AND CONTACT DETAILS

Name of Business:		
Address of the business:	Telephone No.:	
	Email Address:	
	Website Address:	

What are the activities of the business?

--

3. BUSINESS OWNERS AND/OR DIRECTORS

Identify the key parties and detailed information that demonstrates that the key parties have the required skills for managing the business

Who owns the business?

Name	Director of the Business (Yes/No)	Shareholding

Who are the key people in your business?

Name (1)	
----------	--

Position in the business	
--------------------------	--

Relevant qualifications	
-------------------------	--

Detail: <ul style="list-style-type: none"> • Knowledge • Experience of the industry • Production • Sales • Distribution processes • Contacts with key suppliers 	
---	--

Previous employment	Name of employer	Position held	Term of Employment

Name (2)	
----------	--

Position in the business	
--------------------------	--

Relevant qualifications	
-------------------------	--

Detail: <ul style="list-style-type: none"> • Knowledge • Experience of the industry • Production • Sales • Distribution processes • Contacts with key suppliers 	
---	--

Previous employment	Name of employer	Position held	Term of Employment

Name (3)

Position in the business

Relevant qualifications

- Detail:
- Knowledge
 - Experience of the industry
 - Production
 - Sales
 - Distribution processes
 - Contacts with key suppliers

Previous employment	Name of employer	Position held	Term of Employment

Name (4)

Position in the business

Relevant qualifications

- Detail:
- Knowledge
 - Experience of the industry
 - Production
 - Sales
 - Distribution processes
 - Contacts with key suppliers

Previous employment	Name of employer	Position held	Term of Employment

4. LEGAL STATUS

What is the legal Structure of the Business? Please tick.

Sole trader

Partnership

Limited company

Other(please specify)

Where appropriate, provide an explanation for the selection of the legal format.

Where appropriate, describe the legislative environment in which the business operates including main legislation and regulation, regulator, requirement for licences/permits, proposed/expected changes and requirement for planning.

Are all business and personal tax affairs up to date?

Yes

No

5. THE BUSINESS

If this is a new business, what are your reasons for setting up?

If this is an existing business, give a brief history of the business to date. This should include years of trading, description of the key milestones reached by the business. Concentrate on information about reaching sales targets or launching of key products.

What is the overall strategy of the business?

What new product/service ideas do you have to help grow the business in the next 1-3 years.

(OPTIONAL) What are your objectives/goals for the business?

Short Term (1-3 years):

Medium Term (3-5 years):

Long Term (5 years +):

6. PRODUCTS & SERVICES, CUSTOMERS AND MARKETING

Describe your products/services detailing your unique selling point relative to your competitors? How will you supply your products/services? Why will customers buy these products or services instead of those of competitors? Concentrate on the benefits of products to potential or actual customers.

Is there a patent, process or distribution system that gives your product/service a competitive advantage?

Who are the target customers for each product/service? Are there contracts/licence agreements in place with key customers? If so, give details.

What level of sales do you anticipate? If an existing business, please provide current sales.

Product / Service	Projected Sales Year 1		Projected Sales Year 2		Projected Sales Year 3	
	Units	€	Units	€	Units	€
1)						
2)						
3)						
4)						

At what stage is the market for your products / services?

Mature	<input type="checkbox"/>	
Growing	<input type="checkbox"/>	
Static	<input type="checkbox"/>	
In decline / contracting	<input type="checkbox"/>	

Provide details of any market research carried out to date

What is the size of the market? Provide details of your current and target market share?

Other Details

	Proposed Approach	Competitor Analysis
Payment terms for customers (e.g. Pay in advance, point of sale, credit sales)		
Distribution (How you will deliver your products/service to your customers)		
After Sales Service		
Business promotional activity (Advertising, PR, social media)		

What size is your total marketing budget? What stage are you at in terms of rolling out the marketing strategy documented above?

7. STAFF DETAILS

The strength and experience of the team is crucial to the success of a business. The following information may be provided to give context to what is often the largest expense of a business.

Role	How many employees?	Experience	Full-time	Part-time
Sales				
Manufacturing				
Administration				
Other (please specify)				

For a start-up or growing business, provide a staffing plan, showing what roles will be filled, by when and the cost of filling those roles.

Role	Number of additional employees	By When	Cost (Recruitment, salary cost, etc. Include details of any grant funding available)

8. NAMES OF ADVISORS

Professional Advisors	Name	Address
Accountant		
Solicitor / Legal advisor (if any)		
Government or Support agency (if any)		
Other professional advisor / mentors (if any)		

Strategic partners (if any)	Roles

9. SUPPLIERS

Name of Main Suppliers	Location and trading currency of supplier	Products and Services Provided	Terms of Trade being offered (payment terms, delivery times)	Alternative Supplier in case of problems with main suppliers

Terms of key contracts

--

Advantages of current/proposed suppliers over alternative suppliers (where relevant)

--

10. BUSINESS ASSETS (PREMISES AND EQUIPMENT)

From where will your business operate?

Your home		
Rented property	<i>Specify: Storage Facility</i>	
	Term of lease	
	Years remaining on the lease	
	Rent review periods	
	How often will you pay rent?	
	How much rent will you have to pay?	
Property owned by the business	<i>If this is funded by loan/lease, specify:</i>	
	Current loan balance	
	Term and amount of repayments	
	Number of years until it will be cleared	
	Current value of property	
Incubation centre		
Other <i>(please specify)</i>		

Details of your business premises

Address	
<i>(if different to your registered business address)</i>	
Office/Retail space (size)	
Production space (size)	
Other space (size) <i>(please specify)</i>	

What equipment (e.g. vehicles, furniture and fittings) does the business currently have?

Item	Cost	Funded by (loan, lease, grant, own resources, etc.)	Date funding will be cleared	Current value

What equipment (e.g. vehicles, furniture and fittings) will the business need over the next 3 years?

Item	Cost	Funded by (loan, lease, grant, own resources, etc.)	Date funding will be cleared	Current value of asset

11. BUSINESS RISKS AND RESPONSE TO RISKS

List key risks affecting the business	How your business will respond to these

What other risks does the business face? For example, is the business exposed to foreign exchange or interest rate fluctuations? How does the business minimise the impact of these risks. Give details of insurance cover where this addresses key risks.

--

List the key competitors	Strengths	Weaknesses

Describe the business's response to competitor pressure. How will the business move to consolidate its market, retain loyalty of its customer base, or innovate to stay ahead of competitors?

--

Consider how the business will respond to possible improving or worsening economic conditions.

--

Consider using a SWOT analysis to highlight the competitive advantage of the business and its response to threats. Consider using Key Performance Indicators and the track record of the business and its competitors in relation to these.

Strengths	Weaknesses
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
Opportunities	Threats
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

Are there any other factors that might impact on the future of your business?

Political	
-----------	--

Economic	
----------	--

Social / Cultural	
-------------------	--

Technological	
---------------	--

Legal	
-------	--

Environment	
-------------	--

Tax Planning	
--------------	--

12. THE PROJECT

A description, timing and key milestones of the project for which finance is required.

--

What is the break-even point for sales generated from the project?

--

OPTIONAL: For a business recovery plan, the business may need to cut costs and curtail operations. Provide details of how and when this will be achieved.

--

13. REQUEST FOR FINANCE

Provide details of the proposed project for which you require finance, the amount required and existing financing arrangements (if any) in the space below.

Financial requirement:
Amount and timing of finance requested and proposed repayment schedule

Outline any other sources of finance being requested or approved, such as investment by the promoter, grant aid, etc. that will supplement the credit finance being sought.

14. FINANCIAL INFORMATION

Current finance arrangements

Borrowings

Lenders Name	Amount	Term	Maturity	Security

Details of Grant Aid received or pending

Internally generated capital including directors' loans, and terms attaching to these, shareholdings and reserves

Scenario analysis. Projected financial scenarios such as fluctuations of sales/production, etc. figures by factors such as 10% or 20%, or variations caused by risk factors identified above.

Repayment capacity based on requested finance and scenario analysis (current and future borrowings)

How will the business be funded?	Source	Percentage	Amount
Personal Cash			
Investor's Cash			
Grant Aid			
Bank finance*			
Other (please specify)			

*What methods of bank finance will you use?

	Purpose	Loan Amount	Repayment Term (monthly, quarterly, etc)	Annual Repayment Amount
Overdraft				
Term Loan				
Leasing				
Business mortgage				
Other (please specify)				
<i>Totals</i>				

Bank finance is generally repaid from cash generated by the business. Are there other sources of funds for repayment?

What security can you provide for the above finance?

Financial Summary

	Year 1	Year 2	Year 3
	Plan/Actual €	Plan €	Plan €
Sales (excluding VAT)			
Less Cost of Sales			
Gross Profit			
Less Expenses:			
Selling & Distribution			
Admin / Overheads			
Finance repayments			
Net Profit before Tax			
Tax @ XX%			
Net profit after Tax			

The following financial information should be included with your Business Plan when seeking finance:

- Balance Sheets for the last 3 years (if an existing business)
- Management Accounts
- Certified/Audited Accounts
- Cashflow Forecast for the next 3 years (15 months minimum) (see Notes page for template)
- Breakeven Analysis (see Notes page for example)
- Asset/Liability Profile (see Notes page for template)
- Aged Debtors Listing
- Aged Creditors Listing
- Confirmation of Tax Affair

It is important that projections are as realistic as possible. You might find it useful to seek professional advice from a qualified Accountant