



Trabajo Fin de Grado

Estudio de la viabilidad financiera de un cafetería-crepería.

Autor/es

Sandra Higuera Gómez

Director/es

María Pilar Pellejero Castillo

Grado en Finanzas y Contabilidad

Facultad de Economía y Empresa (Campus Río Ebro)

Curso: 2016/2017

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Sweettaste surge como una sofisticación al concepto de crepería nunca antes establecido en el distrito Actur-Rey Fernando dentro del territorio aragonés. Se encuadra dentro del sector de productos de crepería, chocolatería, y bar y lleva consigo una gran capacidad de crecimiento. La principal fuente de valor que genera la entidad a crear se centra en la sofisticación, diseño, calidad y fusión de gustos que permita llegar a un público muy amplio. Además, los productos se encontrarán elaborados artesanalmente con ingredientes especializados y de muy alta calidad. Todo ello, permitirá que el consumidor se encuentre frente a una gran línea de crepes de diferentes sabores, y otra variedad de productos de pastelería frescos y hechos en el día. Los ingresos obtenidos no dependerán solamente de una venta directa de la gama de productos, porque el local se basará en un espacio capacitado para que todos los clientes lo visiten y disfruten de un rato placentero con los productos que se les ofertará. Finalmente, para poder llevar consigo este proyecto de viabilidad mediante un estudio tanto del entorno de la empresa como de los aspectos estratégicos, plan de marketing y análisis económico, se realizará a través de los métodos de análisis de Porter, matriz DAFO, el VAN, la TIR, y el punto muerto que permiten corroborar la creación real del proyecto con una garantía del mayor éxito posible.

ABSTRACT

The Sweettaste Company emerges as a sophistication to the creperie concept ever established in the Actur- Rey Fernando district within the Aragonese territory. It falls within the creperie, chocolate shop, and bar products sector and carries with it a great capacity for growth. The main source of value that generates the entity to create focuses on sophistication, quality and design, fusion of tastes, allowing to reach a very broad audience. In addition, products will be elaborate handmade with specialty ingredients and very high quality. All this will allow consumer is facing a great line of pancakes with different flavors, and a variety of other bakery products fresh and made in the day. The revenues won't depend on only a direct product sale, because the local will be based on a trained space so that all customers will visit and enjoy a pleasant time with products that will be offered to them. Finally, to be able to carry this project from feasibility through a study of the environment of the company and strategic aspects, plan marketing and economic analysis, will be made through Porter, SWOT matrix analysis, methods the NPV, IRR, and deadlock allowing to verify the actual creation of the project with a guarantee of greater success.

INDICE

1.-INTRODUCCIÓN.....	5
1.1.-JUSTIFICACIÓN Y OBEJTIVOS DEL TRABAJO	5
1.2.-METODOLOGÍA	6
1.3.-HORIZONTE TEMPORAL	8
2.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	8
2.1.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	8
2.1.1.-Plan de marketing:.....	8
3.-ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	11
3.1.-SITUACIÓN ECONOMICA.....	11
3.2.-ENTORNO ESPECÍFICO.....	12
3.2.1.-Datos del sector:	12
3.2.2.-Competidores:.....	14
3.2.3.-Clientes:	14
3.2.4.-Proveedores:.....	16
3.3.- ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER	17
3.3.1.- Rivalidad entre competidores:.....	17
3.3.2.- Amenaza de entrada de nuevos competidores:	18
3.3.3.- Amenaza de ingreso de productos sustitutivos:	19
3.3.4.- Poder de negociación de los proveedores:.....	20
3.3.5.- Poder de negociación de los consumidores:.....	20
3.4.-ANALISIS DAFO:.....	21
4.-ESTUDIO LEGAL	22
4.1.-FORMA JURÍDICA	22
4.2.- TRÁMITES ADMINISTRATIVOS	24
5.-ANÁLISIS ECONOMICO	25
5.1.-INVERSIÓN INICIAL.....	25
5.2.- PLAN DE AMORTIZACIÓN.....	26
5.3.-FINANCIACIÓN BÁSICA.....	27
5.4.- PLAN DE VENTAS	27
5.5.-PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	28
5.6.-PLAN DE EXPLOTACIÓN.....	29
5.6.1. Costes de aprovisionamientos	29
5.6.2. Costes de arrendamiento.....	29
5.6.3. Coste de personal.....	30

5.6.4. Costes de suministros.....	30
5.6.5. Seguros.....	31
5.6.6. Otros gastos	31
6.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD	31
6.1.-CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA	31
6.2.-TASA DE ACTUALIZACIÓN	32
6.3.-EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	32
6.3.1. Perspectiva para el inversor.....	32
6.3.2. Perspectiva para el proyecto.....	33
6.3.3. Umbral de rentabilidad	34
6.4.-ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	34
7.-CONCLUSIONES.....	36
8.-BIBLIOGRAFÍA.....	38
9.-WEBGRAFÍA.....	39
10.-ANEXO.....	41
I. LOCAL	41
II. IMAGEN	42
III. HOJA DE RECLAMACIONES.....	43
IV. HOJA DE DECLARACIÓN CENSAL -MODELO 036	44
V. TRAMITES ADMINISTRATIVOS.....	45
VI. INVERSIÓN INICIAL.....	45
VII. MAQUINARIA Y MENAJE	46
VIII. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.....	46
IX. COSTE DE APROVISIONAMIENTO.....	47
X. SUBVENCIÓN A NIVEL NACIONAL	48
XI. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS	49
XII.RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA.....	51
XIII. PLAN DE VENTAS	54
XIV. MENÚ DE LOS PRODUCTOS OFERTADO.....	54
XV. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO TRIMESTRAL.....	55
XVI. FINANCIACIÓN BÁSICA.....	55
XVII.CUADRO DE AMORTIZACIÓN	56
XVIII. GASTOS DE LA ACTIVIDAD	57
XIX. INGRESOS DE LA ACTIVIDAD	57
XX. PUNTO MUERTO	58

XXI. ESCENARIOS DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. INVERSOR.....	59
Menor cifra de ventas	60
Contratación de un empleado más	61
Mayor coste de aprovisionamiento	62
XXII. ESCENARIOS DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. PROYECTO	63
Menor cifra de ventas	64
Contratación de un empleado más	65
Mayor coste de aprovisionamiento	66

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Áreas de beneficios	9
Tabla 2: Análisis Laboral de la Población del distrito Actur-Rey Fernando.....	13
Tabla 3: Datos poblacionales del Actur-Rey Fernando 2016.....	13
Tabla 4:Población del distrito Actur-Rey Fernando por edad y sexo 2016.....	14
Tabla 5:Análisis DAFO	21
Tabla 6:Tipos de bases impositivas en 2015 y 2016.....	22
Tabla 7: Licencias y permisos necesarios.....	25
Tabla 8:Inversión inicial	26
Tabla 9:Amortización del inmovilizado	26
Tabla 10:Amortización por el método de estimación directa simplificada	27
Tabla 11:Financiación Básica.....	27
Tabla 12:Plan de ventas	28
Tabla 13:Gastos de personal.....	30
Tabla 14:Escenarios posibles del proyecto e inversor.....	34
Tabla 15:VAN y TIR del inversor y del proyecto	37

1.-INTRODUCCIÓN

1.1.-JUSTIFICACIÓN Y OBEJTIVOS DEL TRABAJO

En este trabajo se procede a desarrollar un estudio de viabilidad de plan de negocio que permita poner en marcha la empresa “Sweettaste”. Se basa en un negocio de venta al público de productos de pastelería novedosos situado en el distrito del Actur-Rey Fernando en la capital aragonesa.

El negocio a crear “Sweettaste” pertenece al sector de crepería, chocolatería, y bar, que corresponde del epígrafe 676 de chocolatería, heladería y horchaterías, y otro epígrafe 6732 otros cafés y bares. El objetivo de esta empresa será ofertar una serie de productos de pastelería elaborados de manera artesanal, en concreto, crepes dulces y salados, donde el elemento clave de estos productos se centre en la innovación de mezclas de sabores, con la finalidad de complacer el paladar de los clientes.

Así pues, se eligió esta vertiente como trabajo de fin de grado con el objetivo de poder llevar a cabo una empresa que consiga salir adelante con gran éxito. Para alcanzar todo ello, se hace uso de los conocimientos que han sido adquiridos en esta carrera tanto de finanzas como de contabilidad a través de las asignaturas del grado.

El proyecto de viabilidad que se efectúa en este trabajo pretende demostrar la ejecución de un negocio a partir de un análisis económico-financiero durante un periodo de cuatro años.

En este caso, el negocio que se establece para hacer un estudio de viabilidad es una empresa de hostelería, más específico una crepería-cafetería, siendo un sector muy competitivo en nuestro país. Por lo tanto, el hecho de que se haga algo común hace más interesante el estudio de un plan estratégico que consiga que el negocio destaque por encima de sus competidores, y sus productos marquen la diferencia.

En el desarrollo de este trabajo, se hará incidencia para su estudio de viabilidad en los siguientes aspectos:

-Plantear el negocio que se quiere llevar a cabo, su función y con qué finalidad. Y establecer la forma jurídica que llevará consigo esta empresa.

-Analizar el entorno general y específico que rodea a la empresa actualmente, al igual que el establecimiento del análisis DAFO con el objetivo de mejorar las amenazas y

debilidades, y explotar sus fortalezas y oportunidades a través de las estrategias que se consideren más oportunas para alcanzar el éxito esperado.

-Aplicar los documentos legales requeridos y realizar un análisis económico para averiguar cuáles serían los costes hasta su puesta en funcionamiento, así como en su posterioridad partiendo de una inversión inicial.

-Simular los ingresos y gastos que tendrá el negocio para obtener el resultado del ejercicio y establecer los flujos del proyecto.

-Evaluación económica del proyecto a través del análisis de viabilidad, mediante los métodos de VAN, TIR y Umbral de rentabilidad, con la finalidad de saber en qué punto comenzará a obtenerse los beneficios.

-Analizar la sensibilidad de la empresa con diferentes situaciones para poder evaluar la manera en la que se debe afrontar a las mismas y que grado de repercusión tendrían en cada caso, es decir, como incrementa o disminuye el resultado del ejercicio.

-Concluyendo después de todo el estudio realizado, si es viable o no el negocio.

1.2.-METODOLOGÍA

Se comienza por la definición de la empresa a establecer, donde se justifique la actividad que la entidad llevará a cabo durante todo el horizonte temporal que se considere oportuno siendo en esta ocasión de cuatro años. Seguidamente se realiza un análisis del plan de marketing para conocer cuáles serán los productos ofertados, así como su precio, y su manera de promocionarlos y distribuirlos. Después, una vez encauzada la idea del tipo de negocio que se quiere realizar y la particularidad que le hace surgir como nueva empresa, se efectúa un estudio del entorno del negocio tanto general como específica con el objetivo de poder conocer todos los factores que pueden influir y fundar una empresa capacitada para amoldarse al mercado actual. En especial se analizará los factores económicos del establecimiento vinculado a los factores socioculturales y político-legales.

Por otro parte, el estudio del entorno específico se centrará en el sector al que pertenece su actividad, dejando atrás el análisis coyuntural en la que se encuentra actualmente la económica española. Por ello, en el estudio se hace hincapié en clientes, competidores, proveedores, etc. desarrollando los dos análisis de gran relevancia en el mundo económico; se examina las cinco fuerzas competitivas de M.E. Porter y con la finalidad de llevar a cabo

el entorno interno y externo de la empresa, así como sus ventajas competitivas de la misma y la estrategia general a establecer se realiza un análisis DAFO.

Posteriormente al análisis detallado del entorno, se procederá a la formación de los todos los aspectos legales que se tendrán que ejecutar en el año cero como un importe adicional de la inversión inicial. Para ello, se debe conocer el tipo de forma jurídica con el que la empresa va a desarrollar su labor y todos los trámites administrativos legales para la puesta en funcionamiento de la entidad con la idea de calcular los costes.

A continuación, después de todos estos estudios, se iniciará el análisis económico en el capítulo 5. En dicho análisis se puede observar cual ha sido la inversión inicial necesaria para poner en funcionamiento el negocio. Luego, se analiza la forma de financiación de la empresa tanto propia como ajena. Para poder realizar un plan de ventas relevante significativamente se hace una encuesta a la población del distrito donde se instaurará la entidad para dar una previsión general y completa de negocio realista. Además, se analiza el plan de recursos humanos fundamentándose en la colaboración social de personas en riesgo de exclusión social, desarrollado en respectivo apartado. Finalizando con el plan de explotación donde se establecen los diversos tipos de costes en los que incurrirá la empresa.

Finalmente, el estudio de viabilidad capítulo 6, considerado como el punto de inflexión del proyecto porque es donde se verifica si la entidad planteada es viable. Así pues, los indicadores de flujo de caja permitirán controlar el dinero con el que se c en cada periodo, así como el necesario. Posteriormente, se calculará la tasa de descuento, llevando a cabo los métodos CAPM y WACC con las indicaciones por el modelo AECA (2005).

Tras realizar todos estos análisis, el estudio se culminará con la obtención de los valores del VAN y TIR, que permiten concluir si el proyecto es viable o no. Pero antes de dar por concluyente el estudio, existe un apartado donde se realiza un análisis de sensibilidad en el cual se investiga cuáles serían los posibles resultados del VAN del inversor y del proyecto antes posibles modificaciones en algunos parámetros, es decir, posibles escenarios en los que se podría situar el negocio. Entonces se deduce que, tras todos los análisis realizados a la empresa, se puede verificar y dar por concluyente el estudio para el principio de un exitoso negocio.

1.3.-HORIZONTE TEMPORAL

El horizonte temporal seleccionado para analizar el plan de actuación que debe llevarse a cabo después de los objetivos de la empresa establecidos, es un elemento de gran relevancia que debe ser claro antes de empezar. Estudiaremos una visión de manera global de todos los años que se han elegido para el horizonte temporal.

Por lo tanto, el número de años que consideramos adecuado para llevar consigo el estudio de viabilidad es de cuatro años. Se ha establecido este tiempo porque un periodo más pequeño tampoco sería correcto, ya que solo se observaría una parte del proyecto que no permitiría tomar decisiones suficientemente adecuadas.

Sin embargo, más tiempo del planeado tampoco sería muy adecuado porque no se ajustaría a la realidad porque los ciclos económicos suelen tener una duración considerable. Por lo tanto, el tiempo que decidimos es el suficiente para poner en marcha las estrategias.

2.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

2.1.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

El emprendedor valora la posibilidad de instalar un establecimiento de hostelería orientado como cafetería gourmet en el distrito Actur-Rey Fernando.

Para iniciar la actividad, el emprendedor deberá redecorar el local dado que se encuentra actualizado y en buenas condiciones. Además, adquirirá un equipamiento a un precio inferior a través de internet.

El local que dispone de unos 86 metros cuadrados, se distribuye entre una zona de servicios, donde se encuentran los aseos y un office para manipular y preparar la parte de producto que los requiere, dejando una sala al público con capacidad para diez mesas.

El local se ubica en un chaflán con una de las principales avenidas del distrito y en el acceso a una de sus urbanizaciones, lo que le permite disponer de una importante anchura de vía que les permitiría instalar una de las terrazas más importantes de la zona en el futuro y si los vecinos de la comunidad a la que pertenece nos permitieran ese acceso al disfrute de la misma.

2.1.1.-Plan de marketing:

Se establece a través del “Marketing Mix”, concepto empleado en el Grado de Finanzas y Contabilidad mediante las asignaturas de Planificación Estratégica,

Introducción a la Investigación de Mercados y al Marketing, el análisis de las “4P” para conocer el mercado en el que interactuará la entidad. Cada una de ellas será analizada individualmente para conocer la eficiencia de cada punto que interviene en el mercado.

-Precio: es aquel que se establece en función del objetivo principal que son la obtención de beneficios, a través de los ingresos que se encuentran establecidos por las ventas realizadas por la entidad. Por ello, si los precios son altos, la probabilidad de obtener ingresos totales más elevados es mayor, pero no es tan sencillo de llevar consigo, dependerá de una adecuada determinación y equilibrio entre las áreas de beneficios.

Tabla 1: Áreas de beneficios

Áreas internas	Áreas externas
<ul style="list-style-type: none">• Costes.• Cantidad.• Precios.• Beneficios fijados.• Medios de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Mercados.• Tipos de clientes.• Zonas geográficas.• Canales de distribución.• Promoción.

Fuente: Marketing XXI

Además, habrá que tener en cuenta el tipo de cliente al que nos dirigimos y el nivel de renta de la población en la que se establece la sociedad, para saber hasta cuánto podría llegar a gastarse.

-Producto: en este caso, se ofrecerá un producto elaborado, artesanal y de alta calidad. Así el nuevo establecimiento centrará su oferta en las siguientes líneas de producto:

- Bebidas: Los emprendedores ofrecerán una carta centrada en productos naturales que se adaptará a cada estación del año, siendo los chocolates, batidos naturales o la línea de cafés y té el argumento de la temporada invernal y poniendo el acento en granizados, horchatas o helados naturales en la estival.

A pesar de que esta parte de la oferta será la que diferenciará al establecimiento de los que se sitúan alrededor, el local también dispondrá de la carta habitual de cualquier otro bar como los refrescos.

- Alimentos: Se acompañará lo dicho anteriormente con los productos artesanales tales como gofres, crepes (dulces y saladas), churros, etc.

Dado el perfil de producto que se ofrecerá, se espera que la actividad del local se concentre con especial intensidad en la franja de las comidas principales tales como desayuno, comida y cena.

-Distribución: La venta se hará en tienda física o vía telefónica. los clientes podrán solicitar vía telefónica los productos y pasar a recogerlos por la tienda.

-Promoción: se llevará por medio de flyers donde se anunciará los productos que ofrecerá la entidad, también se podrán carteles y pizarras a la entrada del local anunciando los productos del día y nuevas innovaciones para captar la atención de clientes. Por otro lado, se plantearía la idea de que en un futuro cercano se dirigiera la entidad por vía web u otras aplicaciones como pueden ser Instagram, Blogs, Twitter al ser cada vez medios más utilizados que permitirán llegar a más rincones de Zaragoza. Si fuera bien el negocio y se observará que los productos gustan a los consumidores se podría crear un canal de YouTube donde mostrar paso a paso la creación de algunos productos más sofisticados.

Esta entidad podrá promocionarse mediante entrega de muestras gratuitas, descuentos y una publicidad llamativa.

Todo ello, permitiría un acercamiento cada vez superior hacia los clientes y conseguir cumplir con sus necesidades por lo que depositarán una mayor confianza en la entidad y en los productos de calidad que les serán ofertados.

Pero antes de acabar este análisis, según algunos estudios del Marketing Mix, se debería de tener en cuenta otro apartado más, una quinta "P", que proviene de gente (es decir, de people en inglés). Esto se encaminaría más hacia un marketing relacional, como ya fue de estudio en la asignatura de Sistemas de Información para el Marketing, donde, se observa que el cliente es el elemento más importante del negocio, porque son quienes da el veredicto final del trabajo realizado por la entidad. Para ello, se tendrá que hacer cierto hincapié en conocer todos sus deseos en cada momento para que puedan ser satisfechos posteriormente.

3.-ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1.-SITUACIÓN ECONOMICA

Desde que el pasado 2008 se produjera el cambio de ciclo que afecta actualmente a la economía, todos los sectores de actividad han sentido sus efectos con mayor o menor intensidad y, la hostelería, no ha estado al margen de dicha situación.

Este sector se caracteriza por su heterogeneidad, tanto por el tipo de actividades que engloba, como por los tamaños de empresa que reúne. En particular, fueron aquellos establecimientos destinados al alojamiento, así como los restaurantes especializados en un segmento de población de poder adquisitivo medio/alto, quienes primero se vieron afectados.

Posteriormente, las consecuencias también se han dejado notar en cafés y bares donde los descensos de la facturación fueron menores al inicio de la crisis, pero cuya situación se acentuó con la entrada en vigor, el pasado 2010, de la Ley Antitabaco, que impide fumar en establecimientos públicos, y posteriormente con la subida del tipo impositivo del IVA para este sector en 2012.

Desde entonces, bares y cafeterías han tenido que lidiar con esta situación y la adaptación ha pasado, por un lado, por recortar sus márgenes comerciales ajustando los precios y, por otro, solicitar Licencias Urbanísticas de Veladores.

No obstante, tras cinco años de continuos descensos en el negocio global del sector que alcanzaron su punto álgido el 2012, los dos últimos años muestran un cambio de tendencia.

A pesar de que el número de cierre de establecimientos continúa siendo muy elevado, la facturación media de los mismos no ha dejado de crecer, salvando las diferencias entre territorios. Este hecho, junto a las expectativas de la propia Federación Española de Hostelería (FERH), que pronostica un crecimiento de aproximadamente el 3,5% para el 2016, ofrece una perspectiva de consolidación en la recuperación del sector.

3.2.-ENTORNO ESPECÍFICO

3.2.1.-Datos del sector: El nuevo negocio se instalará en el distrito “Actur –Rey Fernando”, un barrio nuevo cuya construcción tuvo lugar apenas tres décadas atrás y donde la instalación del Centro Comercial “Gran Casa” unos años después, junto al proceso de reconversión y mejora de infraestructuras que supuso para él la celebración Internacional del Agua en 2008, lo ha convertido en uno de los referentes de la ciudad.

Actualmente, las zonas verdes y de ocio que han quedado tras la celebración, el centro comercial, las instalaciones de la Universidad de Zaragoza (Campus Río Ebro y Escuela Superior de Diseño) e incluso de la centralización de servicios administrativos al ciudadano (Juzgados, Tesorería de la Seguridad Social...) en sus inmediaciones hacen, de éste, el distrito más visitado de la ciudad tras el centro.

Además de la población que recibe desde otras zonas de la urbe, la población residente en el distrito ha sido otro de los propulsores de la actividad del mismo.

Con más de 6.100 habitante por kilómetro cuadrado, el distrito del Actur presenta una de las densidades de población más elevadas de la ciudad, característica que junto a la edad media y el poder adquisitivo de sus residentes resulta fundamental para consolidar la actividad y el dinamismo de un área comercial.

Mapa 1: Distrito Actur-Rey Fernando



Fuente: Inaest

Tabla 2: Análisis Laboral de la Población del distrito Actur-Rey Fernando

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	8.758	100,0	3.873	100,0	4.886	100,0
Ocupados	1.998	22,8	1.497	38,6	502	10,3
Parados	219	2,5	172	4,4	48	1,0
Persona con invalidez laboral permanente	272	3,1	206	5,3	67	1,4
Jubilado, prejubilado, pensionista o rentista	5.766	65,8	1.775	45,8	3.990	81,7
Otra situación	503	5,7	223	5,8	279	5,7

Fuente: página web: www.aragón.es/iaest

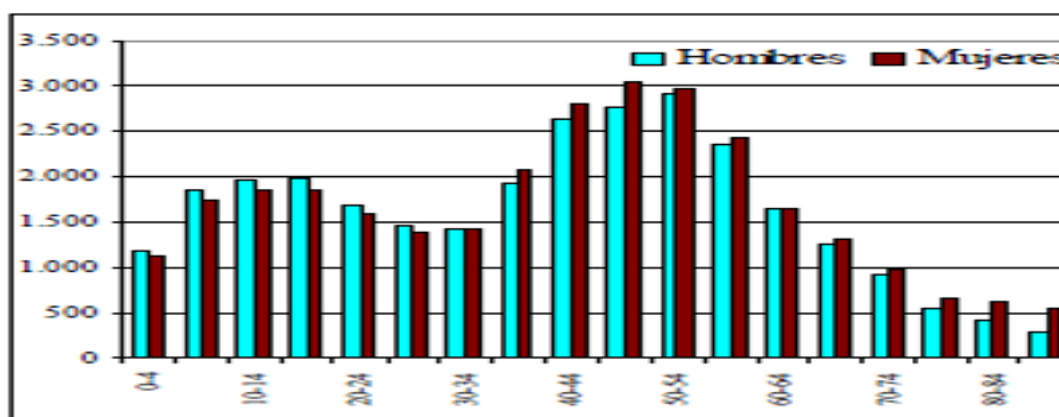
Tabla 3: Datos poblacionales del Actur-Rey Fernando 2016

Indicador	Junta	Zaragoza
Número total de habitantes	59098	702426
Renta por hogar	33.373,61	11620,27

Fuente: Inaest

Tal como se muestra en el gráfico, los datos oficiales del Ayuntamiento muestran una población cercana a los 60.000 residentes, cuya edad media se sitúa en los 40 años para los hombres y los 41 para las mujeres, un barrio eminente joven con una tasa de maternidad por encima del 16% y un índice de juventud del 128%.

Gráfico 1: Población del Barrio Actur-Rey Fernando según el sexo 2016



Fuente: Datos del Ayuntamiento de Zaragoza

A continuación, se muestran los últimos datos disponibles sobre la población del barrio, donde se aprecia como el 87 % de la población se encuentra por debajo de los 60 años, y el 72% tienen menos de 50 años de edad, por lo que se puede definir como una población

eminentemente joven, con un poder adquisitivo medio alto, donde, a pesar del coste de la vivienda, existe un elevado volumen de familias que ya no tienen cargas hipotecarias en el barrio.

Tabla 4: Población del distrito Actur-Rey Fernando por edad y sexo 2016

POBLACIÓN POR EDAD Y SEXO					
EDAD	HOMBRES		MUJERES		TOTAL
	Nº	%	Nº	%	
0-4	1.170	4,00	1.139	3,79	2.309
5-9	1.846	6,32	1.729	5,75	3.575
10-14	1.975	6,76	1.854	6,16	3.829
15-19	1.979	6,77	1.853	6,16	3.832
20-24	1.682	5,76	1.605	5,34	3.287
25-29	1.464	5,01	1.382	4,59	2.846
30-34	1.426	4,88	1.427	4,74	2.853
35-39	1.932	6,61	2.078	6,91	4.010
40-44	2.626	8,99	2.790	9,27	5.416
45-49	2.758	9,44	3.039	10,10	5.797
50-54	2.912	9,97	2.970	9,87	5.882
55-59	2.369	8,11	2.428	8,07	4.797
60-64	1.641	5,62	1.669	5,55	3.310
65-69	1.258	4,31	1.307	4,34	2.565
70-74	907	3,10	971	3,23	1.878
75-79	547	1,87	666	2,21	1.213
80-84	426	1,46	623	2,07	1.049
>84	296	1,01	551	1,83	847
TOTAL	29.214		30.081		59.295

Fuente: Datos del Ayuntamiento de Zaragoza

3.2.2.-Competidores: hay un alto nivel de competitividad en el sector al que pertenece la entidad a crear, al ser un mercado que oferta productos de primera necesidad donde un gran número de empresas interactúan. A priori, hay que hacer una gran distinción entre los competidores potenciales y los competidores que se denominarían “secundarios”.

En primer lugar, los competidores potenciales serían: La Crêperie sita en Idelfonso Manuel Gil nº 20, Café expresso en Avenida María Zambrano nº 31 (WTCZ) y La Trufa localizada en Avenida Gertrudis Gómez de Avellaneda nº 55. Esto se debe a que en ambos establecimientos se ofertan crepes. En los últimos meses debidos a las reformas interiores que están realizando en el centro comercial Gran Casa, se han cerrado empresas que también se dedicaba a la venta de crepes, como es el caso de Frutolandia y Jijonenca.

Todo ello facilita conseguir un buen posicionamiento en el mismo al poder captar clientes antes que se realice la reapertura de esas dos potenciales competencias.

Por otro lado, como secundarios se pueden encontrar restaurantes especializados como pueden ser el caso de la Tagliatella, La Mafia o incluso un poco más alejado La Cava tapas al plato debido a que su nicho de mercado es la clase media alta.

3.2.3.-Clientes: El local se sitúa en el número 14 de la avenida María Zambrano, principal arteria del sector junto a Gómez de Avellaneda. Esta vía articula el transporte del distrito,

dentro del centro se han cerrado la mayoría de los bares y restaurantes por reformas, y no se finalizarán hasta dentro de un año. Por lo que existe una gran ventaja de captar mientras tantos clientes potenciales. Además, la mayor parte de los negocios de hostelería han ido saliendo del centro y situándose alrededor. Y los que se han mantenido han sido Nespresso en World Trade Center (WTC).

Así el centro comercial actúa como reclamo para atraer potenciales clientes y no tanto como competencia. Como resultado el nuevo establecimiento está integrado en un área de referencia de hostelería que se sitúa junto al centro comercial y que genera sinergias entre estos negocios. Por un lado, atraen un alto número de clientes y por otro compiten entre sí.

A pesar de la especialización del nuevo negocio, la competencia en sentido amplio muestra que muchos de los clientes no decidan el establecimiento en el que consumen en función del producto concreto, sino de que existan plazas disponibles, del atractivo del local o del precio medio del establecimiento.

Por tanto, los clientes potenciales del nuevo establecimiento serán los mismos que puedan consumir en La Mar Salada, La Mafia y La Tagliatella. Este hecho se refleja en los propios horarios de apertura de estos establecimientos, que independientemente de que sean restaurantes o cafeterías comparten horario de apertura.

En cualquier caso, y a pesar de que estos establecimientos supondrán competencia para el nuevo local, la atracción de público que genera dicha concentración se espera que sea positiva para el nuevo negocio, especialmente al inicio de actividad.

3.2.4.-Proveedores: La entidad necesita de diversos proveedores dedicados cada uno de ellos a un sector determinado. Por ello, en función de lo que se necesita contratar se elegirán unos proveedores u otros, centrándose en aquellos que oferten todo lo dedicado a la repostería. En este caso se requerirá de todos los alimentos e ingredientes para elaborar crepes y tartas, refrescos, cafés e infusiones, licores, un frutero y un sistema de red Wifi para que puedan disfrutar los clientes más tiempo del establecimiento no sólo con lo que pidan para consumir, sino dándole una serie de disponibilidades que le hagan sentirse cómodo en todo momento.

Además, la selección de proveedores se decide después de haber analizado cada uno de ellos, y se elegirá en función del precio y calidad que oferten. Una vez realizado este

procedimiento se hará la contratación con los proveedores elegidos con un periodo de antelación.

3.3.- ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

Las cinco fuerzas de Michael Porter analizan¹ la forma en la cual la entidad puede maximizar los recursos de los que dispone y la manera en la que puede hacer frente a la competencia, con el objetivo de conseguir que la empresa sobreviva pese a las circunstancias que puedan llegar a darse. Estas cinco fuerzas son las siguientes:

3.3.1.- Rivalidad entre competidores:

-Diversidad de competidores: hay un gran número de empresas competidoras en el sector de la hostelería desde hace muchos años. Por lo que el paso del tiempo ha fortalecido una alta rivalidad entre las mismas, lo cual hace que “Sweettaste” marque la diferencia especializando sus crepes dulces y saladas hacia una combinación de sabores novedosos.

-Barreras de salida: su funcionalidad es evitar que una empresa salga del sector al que pertenece, por ello su finalidad es estar dentro para llevar a cabo su actividad empresarial. También hay otros factores que limitan la salida de las empresas como recursos duraderos. Por último, se encuentran las restricciones gubernamentales o contractuales, son limitaciones que impone el gobierno para salir del negocio como el cumplimiento de contratos con empleados, proveedores y distribuidores.

-Identificación de la estrategia que permita conseguir unos rendimientos superiores: Actualmente, este sector está siendo muy explotado por una multitud de empresas que se dedican a lo mismo, sin embargo, existen estrategias que permitirían conseguir la diferenciación de los productos que ofrece cada empresa.

-Desarrollo o adquiera los activos y habilidades necesarios para poner en práctica la estrategia: para saber lo dicho anteriormente, a priori se deberá realizar un proceso que ponga en práctica la estrategia que busque aquellos métodos que permitan dar publicidad a los bienes y servicios que la entidad ofrecerá, captando su atención a través de generar un ambiente diferente al que están acostumbrados, pero que a su vez les aporte confianza para dar ese paso a hacia la innovación.

¹ M. Grant, R. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas Ediciones, S.L.

Se establecerán estrategias de marketing para atraer nuevos clientes, a través de varias pizarras próximas a la entrada del local dónde se muestre el menú y una carta general de todo lo que oferta la entidad, mediante publicaciones en el periódico u otras aplicaciones móviles (Ejemplo: Twitter; Instagram; Facebook), y muestras gratuitas de pequeños trocitos de crepe para darse a conocer los diferentes sabores.

3.3.2.- Amenaza de entrada de nuevos competidores:

-Existencia de barreras de entrada: son aquellos factores que limitan el acceso a mercados y servicios determinados. Por lo que favorece a los competidores que ya estaban a conservar sus rentabilidades. A su vez, esto permite dar ventaja a las nuevas compañías que quieran formar parte por primera vez de este mercado, ya que de antemano pueden observar y hacer previsiones sobre cuáles podrían ser sus beneficios estimados a priori.

Estas barreras pueden ser de tipo legal, administrativo y económicas. Estas primeras se aplican en todos los sectores independientemente de su actividad, porque necesitan trámites de este carácter para poder llevar a cabo una empresa. Por otro lado, las barreras económicas son de gran relevancia cuando una empresa surge por primera vez en un determinado mercado, ya que como se ha ido mencionando anteriormente debe haber que plantearse el importe a invertir para poder actuar en el mercado. Además, de los gastos que permitan promocionar la compañía para darse a conocer a los futuros consumidores.

Las económicas de escala, en esta ocasión por el tipo de empresa no son de gran importancia porque ofrece servicios, no lleva a cabo nuevos productos. No obstante, el papel de los proveedores es destacado en este aspecto porque con el paso del tiempo y en ciertas ocasiones, las entidades firman convenios con sus respectivos proveedores para que sean estos los que sigan ofreciendo sus servicios y sólo esos a la compañía pactada.

En este caso, considerando el sector al que pertenece la compañía que se quiere crear, se podría concluir que estas barreras de entrada no son muy fuertes porque hay mucha competitividad en el sector.

-Ventajas en la curva de aprendizaje: es aquella que se representa gráficamente para todas las empresas con independencia al sector que pertenezcan. En esta curva de aprendizaje hay que tener en cuenta dos factores muy significativos la experiencia y el tiempo.

La experiencia como bien se dice es “La madre de la ciencia”, cuanto más experimentado se esté en este mercado, más sencillo es conseguir un puesto de liderazgo, actuar a las

circunstancias imprevisibles que se puedan dar en entorno y adaptarse a las mismas rápidamente, teniendo siempre en cuenta el perfil de cliente de la empresa y su reacción ante las posibles modificaciones.

-Mejoras en la tecnología: es uno de los puntos más claves a tener en consideración por todas las empresas que quieran competir en un mercado con gran competitividad. Hoy en día la entidad con mejor tecnología se hace líder del mercado dejando atrás aquellas que sigan con la tecnología falta de innovación. Por ejemplo, en “Sweettaste” se introducirán sandwicheras con formas Disney en función los dibujos animados que estén en cada momento como tendencia en el mercado. De esta forma, las crepes hechas con estos diseños atraerán más a los niños.

3.3.3.- Amenaza de ingreso de productos sustitutivos:

-Propensión del comprador a sustituir: respecto a la ley de oferta y demanda de mercado, bien se sabe que la entidad que oferte sus bienes y servicios a un precio inferior a los de su competencia, consigue captar un mayor número de cliente. Y los que no sean captados, se deberá a la fidelidad de productos de calidad que demandan. Todo ello conducirá al emprendedor a establecer un precio bajo, pero evitando perder la calidad de lo que se oferta.

-Precios relativos de los productos sustitutos: suponiendo que las empresas del sector en el que se está compitiendo dan productos y servicios de baja calidad con precios inferiores a los de la empresa a crear, se plantea que algunos de sus clientes decidan abandonar, pero la mayoría permanecerían por los deseos satisfechos de la entidad. Sin embargo, si las demás empresas, no sólo ponen sus productos a bajo precio, sino que tienen una calidad fácilmente sustituible, entonces los clientes si se perderán.

-Nivel percibido de diferenciación de producto: es otro de los elementos clave en el estudio de Porter puesto que la distinción en los productos es lo primordial. De esta forma, los clientes podrán distinguir los productos de la competencia. Para ello, el rasgo caracterizador debe ser difícil de imitar por el resto de las empresas, al menos hasta que la entidad consiga crear otro rasgo distintivo. En esta empresa se caracteriza en crepes especializados en sabores y formas. Por ejemplo: Crepes con filadelfia, bacón y mermelada de fresa, o bien crepes dulces, como puede ser crep con nutella y plátano.

3.3.4.- Poder de negociación de los proveedores:

-Facilidades o costes para el cambio de proveedor: el coste por cambiar de proveedores no es muy elevado, además es fácil porque hay muchos en el mercado. Aunque, hay uno de los costes basado en pagar para compensar al proveedor con el que se tenía el contrato que se ha quebrantado. Sin embargo, si se contrata en esta entidad como proveedor a Coca-Cola, no habrá cancelación de contrato por irse con su competencia Pepsi, porque está claro que si el sabor de Coca-Cola es el que gusta en la entidad, no será sustituible.

-Grado de diferenciación de los productos del proveedor: son relativamente significativos, los proveedores con mejor calidad en sus productos y servicios, los ofertaran a unos precios muy superiores a aquellos cuyos productos sean de menor calidad y sin gran distinción de la mayoría de proveedores.

3.3.5.- Poder de negociación de los consumidores:

-Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías: al igual que los proveedores, hay muchos compradores para todas las empresas que forman en el sector, porque lo que toda la población se considerara consumidores potenciales.

-Posibilidad de negociación: el punto de equilibrio entre oferta y demanda si es negociable. Pero para ello, las empresas deberán ser conocedoras de las necesidades que han de ser satisfechas, a través de la preocupación por conocer el perfil de cliente que quiere solicitar sus servicios. Por lo que, aunque tienen que haber una contrapartida con la demanda, son los oferentes quienes más han de ajustarse para conseguir esa simetría de mercado. La empresa ha consultado directamente a los consumidores en su investigación de mercado.

-Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa: los clientes como las compañías con los proveedores, tienen gran facilidad para cambiar de compañía debido a que hay un gran número de entidades pertenecientes al mismo sector.

-Sensibilidad del comprador al precio: no da el mismo margen en todos los sectores. En el caso de este sector, se consideraría poco sensible al haber muchas empresas y se seleccionara las que den productos de calidad a un precio relativamente bajo.

-Ventaja diferencial del producto: da triunfo a las empresas que consigue esta finalidad, porque les hace ser únicas antes los demás. Se busca métodos de innovación que permita conseguir la distinción en sus productos y consiguiendo incluso que estos sean más deseados que sus principales competidores.

3.4.-ANÁLISIS DAFO:

El análisis DAFO: Se trata de una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas².

Se realiza antes de tomar decisiones estratégicas porque nos sirve para tomar decisiones sobre el futuro. Al analizar nuestras debilidades, fortalezas y oportunidades para cambiar las primeras y usar las segundas y terceras para hacer frente a las amenazas que aparezcan.

Tabla 5: Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Carencia de marca	Situación económica del país.
Inexperiencia en el sector.	Elevada competencia, hay excesivos productos sustitutivos.
Necesidad de financiación ajena más elevada de la concedida.	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Formato diferenciador de producto respecto a su competencia.	Distrito con una actividad económica muy consolidada.
Trato personalizado.	Perfil demográfico, acorde a la actividad que se quiere llevar a cabo, tanto por edad como por situación económica de los miembros que viven en esa área.
Capacidad de aprendizaje.	
Facilidad de adaptarse a las demandas de los clientes.	

Fuente: Elaboración propia

Una vez elaborado el análisis DAFO, se procede al estudio de todas ellas.

Por un lado, el estudio interno de la empresa, debilidades y fortalezas. En cuanto a las primeras se denota el cliente desconoce la marca de la entidad complementado con la falta de experiencia en el sector. Además, los requisitos para conceder créditos bancarios son muy elevados, lo cual limita el capital a solicitar. Respecto a las fortalezas se puede observar que la empresa va a formar un equipo con una alta capacidad de aprendizaje y trato personalizado mediante el cual se adaptará a las demandas de los clientes. De esta forma, se podrá crear un formato de negocio diferenciador con su competencia directa.

Por otro lado, el estudio externo de la empresa, amenazas y oportunidades. En el caso de las amenazas el producto tiene una demanda elástica p lo que tiene una elevada competencia y productos sustitutivos, todo ello agravado por la situación de crisis económica en la que se encuentra España. Finalmente, las oportunidades que se encuentran

² Cámara de Comercio de Zaragoza (2016): Estudio de viabilidad: Dulces recuerdos. Programa Emprender en Zaragoza.

son el distrito en el que se localiza el comercio tiene un perfil económico de clase media-alta con un elevado grado de actividad económica.

4.-ESTUDIO LEGAL

4.1.-FORMA JURÍDICA

Hay tres formas jurídicas que se han de tener en cuenta en este estudio: Empresario Individual (Autónomo), Sociedad de responsabilidad limitada y Sociedad anónima.

-Empresario Individual (Autónomo): es aquel que realiza la actividad empresarial en nombre propio y en caso de endeudamiento por dicha actividad, responde de todas las obligaciones frente a terceros con todo su patrimonio presente y futuro. Dicha persona física, es aquella que de forma habitual, personal, directa, realiza por cuenta propia la actividad económica a título lucrativo. Además, no hay distinción entre el patrimonio mercantil y el civil. El capital a invertir para la creación de empresa, tanto en calidad como en cantidad, solo depende de lo que quiera el empresario, porque no hay ninguna cantidad mínima. Se tributa por el IRPF (Impuesto sobre la renta de las personas físicas) aplicado al rendimiento por actividades económicas.

Tabla 6:Tipos de bases imponibles en 2015 y 2016

Base liquidable Hasta	Cuota íntegra	Resto base liquidable Hasta	Tipo Estatal	Tipo Autónomo	Tipo total
0	0	12.450,00	9,50%	10%	19,50%
12.450,00	1.182,75	7.750,00	12%	12,50%	24,50%
20.200,00	2.112,75	13.800,00	15%	15,50%	30,50%
34.000,00	4.182,75	26.000,00	18,50%	19,50%	38%
60.000,00	8.992,75	En adelante	22,50%	23,50%	46%

Fuente: Bolsamanía

-Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L. o S.L.): formada con un mínimo de personas (un miembro), que se encuentran restringidos al capital aportado. Dicho capital social, deberá estar constituido por los socios en una cantidad superior a 3.000 euros, los cuales pueden ser aportaciones dinerarias o en especie. Esta sociedad tiene un capital dividido en participaciones sociales, individuales y acumulables, formado por las aportaciones de todos los socios. Sin embargo, estos no responderán a las deudas contraídas con la actividad empresarial. Las aportaciones sociales serán los bienes o derechos patrimoniales, que serán objeto de valoración económica. La fiscalidad es el Impuesto

sobre Sociedades, fijo (del 25%), y deberá también tributar por el IVA, en el caso de los socios y administradores la Seguridad Social será el de autónomos.

El sitio fisco donde opere la mayor parte del tiempo, en este caso Zaragoza, será considerado como el domicilio social de la entidad. Para su legalidad, se deberá crear la escritura pública y los estatutos, y con ello dejar constancia en el Registro Mercantil.

-La Sociedad Anónima (S.A): la constitución del capital social, dividido en acciones se llevaba a cabo por las aportaciones de los miembros de la sociedad, es decir, sus socios, pero la cuantía no podrá ser inferior a 60.000 euros y tendrá que estar suscrito en el momento de la creación de la entidad, además de desembolsarse como mínimo en un 25%. Hay que tener en cuenta un número mínimo de socios, esta situación es similar a la descrita anteriormente, porque es uno. Hay que considerar que, si la entidad es unipersonal, esto deberá quedar configurado en los documentos, y la responsabilidad se queda limitada al capital aportado. Se tributará por el Impuesto de Sociedades y por el IVA y el régimen de la Seguridad Social para los socios y administradores será el de autónomos.

Después de analizar las tres formas jurídicas que más convendrían al negocio, se concluye que la mejor alternativa para la entidad sería crear un Sociedad de empresario individual (autónomo). Esta elección se debe a que el capital inicial es inferior al resto de las opciones, ya que no hay una cuantía mínima, solo depende de la que quiera aportar el socio. Por ello, para alguien que comienza a emprender con un negocio desde cero, con cierto grado de inexperiencia en la práctica, es la situación más factible. Además, es la forma más sencilla y económica de dar de alta un negocio, mantiene el control total de la gestión de la entidad, y no requiere muchos trámites legales, por lo que los costes de asesoramiento son menores.

Así, pues, esta forma se considera la estructura más adecuada para empresas con un tamaño reducido y llevados a cabo por una sola persona.

Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.)

La Agencia Tributaria configura en el epígrafe 676: Chocolaterías, heladerías y Horchaterías, es el más adecuado para esta actividad, así como darse de alta al inicio.

A partir del 1 de enero de 2003 se exime del pago del impuesto a todas las personas físicas y, también, a otros sujetos pasivos del mismo que, en el período anterior, hayan tenido una cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros. También se exime del pago del impuesto a los sujetos pasivos que inicien su actividad durante el primer período impositivo. No

obstante, sigue existiendo la obligación de comunicar a la Administración el inicio de la actividad (Modelo 036 AEAT).

4.2.- TRÁMITES ADMINISTRATIVOS

En primer lugar, deberemos pedir cita previa a través de la web de AEAT para presentar el Modelo 036 en el mostrador de Censo o en caso de disponer de DNI electrónico o certificado digital en vigor podremos realizar este trámite electrónicamente en la sede de AEAT.

Una vez que tenemos presentado el modelo 036 en AEAT debemos pedir cita previa en TGSS en la sede que corresponda a nuestro código postal para presentar el modelo TA-0521 de alta en el Régimen de Trabajadores Autónomos o, como en el caso anterior, si tenemos vigente DNI electrónico o certificado digital podremos realizar dicho trámite electrónicamente.

Tras todo este largo periodo para legalizar la entidad, se da credibilidad a la creación de la entidad “Sweetaste”. Pero todo este proceso realmente no queda aquí, sino que para poder poner en funcionamiento la actividad de la sociedad será necesario otro tipo de permisos y licencias locales, autonómicas y nacionales, con contenido en la seguridad social y sanidad.

Por otra parte, desde el punto de vista físico del local donde se desarrollará la actividad, debe estar bien condicionado para que esto se puede producir, es decir, que haya superado a priori la inspección técnica cumpliendo las condiciones técnicas y sanitarias que se exigen en los estatutos municipales. Pero para poder certificar que todo ello se ha cumplido, es necesario la licencia urbanística de acondicionamiento de local y de apertura por el Ayuntamiento de Zaragoza.

Una vez obtenidos todos estos certificados, se deberá continuar en esta misma línea para conseguir el permiso de industria y los distintos trámites con diversas instituciones:

- El Ayuntamiento de Zaragoza, la Licencia de Actividad.
- La Agencia Tributaria da de alta en el censo empresarial.
- Informar en la sede correspondiente del Gobierno de Aragón el inicio de la actividad.
- Adquirir y legalizar el libro de visitas en Inspección Provincial de Trabajo.

- El registro de signos en la Oficina de Patentes y Marcas, inscripción en el registro industrial, alta de los contratos de trabajo en las oficinas de empleo y afiliación y alta en el régimen de la Seguridad Social.
- Inscripción en el registro de empresarios de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos previo pago tasa modelo 503 en DGA.

También hay que considerar que la actividad que va a desarrollar la entidad está muy vinculada al cumplimiento tan estricto como es la normativa Real Decreto 2207/1995 de Reglamentaciones Técnico-Sanitarias basado en la sanidad e higiene.

Por lo tanto, una de las formaciones que se les exigirá a los trabajadores será el cursillo de manipulación de alimentos. Y nos tendremos que dar de alta en el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos, y seguir las directrices de la DGA.

Se finaliza este apartado con el artículo IV de la Ley General de Sanidad y la Ley de Prevención de Riesgos Laborales relacionado con la seguridad y salud laboral.

Tabla 7: Licencias y permisos necesarios

LICENCIAS	IMPORTE	PLAZO
AEAT	0,00 €	en el momento
Inscripción de Empresa en SS	0,00 €	en el momento
Licencia de Apertura	2.169,45 €	60 días
Comunicación de apertura al centro de trabajo	0,00 €	en el momento
Compra del libro de visitas	5,25 €	en el momento
Legalización del libro de visitas	0,00 €	en el momento
Protección de datos	120,00 €	60 días
Registro de marca	122,89 €	60 días
Prevención riesgos laborales	320,50 €	30 días
Altas/Afiliación de trabajadores en Seguridad Social	0,00 €	30 días
Legalización contratos de trabajo	0,00 €	10 días
Hojas de reclamaciones	0,00 €	en el momento
TOTAL	2.738,09 €	

Fuente: Elaboración propia

5.-ANÁLISIS ECONOMICO

5.1.-INVERSIÓN INICIAL

El desembolso inicial para el comienzo de la actividad asciende aproximadamente a unos 27.043,76 €. Este importe engloba el acondicionamiento, el equipamiento necesario para operar y el stock de mercancía, así como un excedente de caja para operar.

Para una correcta previsión de la inversión inicial, el emprendedor ha realizado una estimación de excedente de tesorería durante los primeros meses de actividad, destinado a cubrir los déficits de caja hasta que el negocio alcance sus ventas habituales.

Tabla 8: Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL		
CONCEPTO	IMPORTE	%
Acondicionamiento del local	1.000,00 €	3,70%
Rótulo	150,00 €	0,55%
Maquinaria	8.714,45 €	32,22%
Menaje	970,31 €	3,59%
Mesas, sillas	2.000,00 €	7,40%
TPV	350,00 €	1,29%
Publicidad prelanzamiento	200,00 €	0,74%
Mercaderías	2.000,00 €	7,40%
IVA deducible de la inversión	1.659,00 €	6,13%
Tesorería	6.500,00 €	24,04%
Fianzas (arrendamiento del local)	3.500,00 €	12,94%
TOTAL DE INVERSIÓN	27.043,76 €	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, hay que añadir el concepto de desembolso inicial compuesto por la inversión inicial necesaria para llevar a cabo el negocio y los trámites administrativos para poner en regla su funcionamiento. Todo ello, computará en el año cero como un mayor desembolso de la inversión.

5.2.- PLAN DE AMORTIZACIÓN

La amortización es el reflejo contable de la depreciación del inmovilizado por diversas causas y es necesaria su dotación para conocer el verdadero valor de la empresa en cada momento. No obstante, la amortización contable no representa una salida real de fondos de la empresa, ya que es un gasto.

Tabla 9: Amortización del inmovilizado

	Importe inicial	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Valor residual
Marca	122,89 €	4 Años	30,72 €	30,72 €	30,72 €	30,72 €	0,00 €
Menaje	970,31 €	4 Años	242,58 €	242,58 €	242,58 €	242,58 €	0,00 €
Maquinaria	8.714,45 €	9 Años	968,27 €	968,27 €	968,27 €	968,27 €	4.841,36 €
Mobiliario	2.000,00 €	10 Años	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	1.200,00 €
TOTAL	11.807,65 €		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	6.041,36 €

Fuente: elaboración propia

Para calcular el porcentaje de amortización nos hemos basado en la tabla de amortización simplificada del método de estimación directa simplificada. Como se ha considerado un estudio de viabilidad de 4 años, al finalizar el último ejercicio se venderá todo el inmovilizado por su valor residual.

Tabla 10: Amortización por el método de estimación directa simplificada

Grupo	Elementos patrimoniales	Coficiente (%)	lineal máximo	Período Máximo (Años)
1	Edificios y otras construcciones	3		68
2	Instalaciones, mobiliario, enseres y resto del inmovilizado material	10		20
3	Maquinaria	12		18
4	Elementos de Transporte	16		14
5	Equipos para tratamiento de la información y sistemas y programas informáticos	26		10
6	Útiles y herramientas	30		8
7	Ganado vacuno, porcino, ovino y caprino	16		14
8	Ganado equino y frutales no cítricos	8		25
9	Frutales cítricos y viñedos	4		50
10	Olivar	2		100

Fuente: Agencia Tributaria

5.3.-FINANCIACIÓN BÁSICA

Para financiar las inversiones a realizar y los gastos periódicos durante los primeros meses de actividad, el autónomo aportará recursos propios por valor de 6.500 euros y en especie aportará 1.500 euros (televisión y ordenador).

Para cubrir los fondos necesarios el emprendedor ha optado por la búsqueda de financiación ajena entre diversas entidades (préstamo ICO, préstamos variables y fijos). Finalmente, después de valorar diversos préstamos el empresario ha elegido el préstamo que menores gastos tenía asociados. Dicho préstamo nos ha sido concedido por el Banco Santander, (Anexo XV).

Tabla 11: Financiación Básica

FINANCIACIÓN BÁSICA						
CONCEPTO	PARTIDA	IMPORTE	%	AÑOS	TIPOS DE INTERÉS	CUOTA TRIMESTR
Recursos propios Inmovilizado	Aportación en dinero	6.500,00	23,34%			
	Aportación en especie	1.500,00	5,39%			
Recursos Ajenos	Deuda Bancaria	19.850,00	71,27%	4	4,06%	1.360,57
TOTAL		27.850,00	100,00%	TOTAL ANUAL		16.326,78

Fuente: Elaboración propia

5.4.- PLAN DE VENTAS

Para poder llevar a cabo dicho plan de ventas se realizó una investigación de mercado teniendo en cuenta toda teoría estadística para que resultara significativo y concluyente. (Anexo XIII). A partir de los resultados obtenidos en la en cuenta, se ha procedido a confeccionar la siguiente tabla:

Tabla 12: Plan de ventas

	PRODUCTOS	PRECIOS	CIFRA VENTAS
Crepes salados	60	5,40 €	324,00 €
Crepes dulces	40	5,40 €	216,00 €
Churros	120	0,20 €	24,36 €
Gofres	25	4,80 €	120,00 €
Tarta proporción pequeña	9	3,40 €	30,60 €
Tarta proporción grande	5	4,60 €	23,00 €
Café cortado	9	1,10 €	9,90 €
Café americano	4	1,20 €	4,80 €
Café expreso	8	1,00 €	8,00 €
Café con leche	30	1,20 €	36,00 €
Café cappuccino	3	1,50 €	4,50 €
Café descafeinado	32	1,10 €	35,20 €
Agua	5	1,00 €	5,00 €
Refrescos	40	1,50 €	60,00 €
Té	5	1,30 €	6,50 €
Zumos	7	1,70 €	11,90 €
Batido café	2	2,50 €	5,00 €
TOTAL AL DÍA	404	38,90 €	924,76 €
TOTAL AL MES	4848		11.097,12 €
TOTAL TRIMESTRAL			33.291,36 €
TOTAL ANUAL			122.068,32 €

Fuente: Elaboración propia

El método de pago en el local de todos los productos adquiridos en el mismo puede ser efectivo o mediante tarjeta de crédito (TPV). En el caso de pedidos y encargos especiales (tartas para distintos eventos o pedidos grandes), el cliente deberá abonar una parte del importe a modo de señal pagando el resto en el momento de entrega del producto.

5.5.-PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Inicialmente el establecimiento contará con tres trabajadores: el autónomo, un empleado y una persona perteneciente a la escuela de hostelería (en prácticas).

El empresario llevará a cabo la planificación de producción y comercial. También, será el que elaborará todos los productos del establecimiento comercial y posteriormente se encargará de atender a los clientes tanto presencial como telefónicamente.

La gestión contable, fiscal y laboral la hará una asesoría debido al coste de oportunidad.

La persona contratada y la persona en prácticas estarán realizando las tareas de atención al público. La primera de ellas, debido a la sensibilidad que tiene el empresario con las personas de exclusión social, será una mujer con disminución física entre el 33%-65%. Dados estos datos, la asesoría laboral le ha comunicado al emprendedor que debe solicitar dicha contratación de empleo al servicio de empleo público aragonés para poder solicitar la subvención que otorga el mismo a partir de fecha 1 de Enero del 2017. Pudiendo

beneficiarse también de las subvenciones al empleo de personas con disminución física entre el 33%-65% del servicio estatal público de empleo que se descontará de las cuotas a pagar a Tesorería General de la Seguridad Social cuando se deban pagar los seguros sociales.

5.6.-PLAN DE EXPLOTACIÓN

5.6.1. Costes de aprovisionamientos

Se basa en el almacenamiento de todas las materias primas con las que cuenta la entidad en el almacén de su local, el cual se encuentra lo suficientemente preparado y espacioso para mantener bien la calidad. Esto permitirá a su vez, contar con un stock de seguridad por posibles necesidades en algún momento dado. La cantidad de cada una de las materias primas se ha estimado en función de la producción que se prevé al menos los primeros meses del negocio. Además de añadir alguna cantidad de más por posibles excesos de demanda como bien se ha dicho anteriormente.

Estos aprovisionamientos citados en el (anexo IX) se han seleccionado en relación a las recetas de crepes y gofres que van a ser ofertado. En base a los productos que se van a servir y la previsión de ventas mensual, se ha efectuado un gasto mensual de cada una de las materias primas necesarias de las que se abastecerá el negocio. Hay que añadir que según el horizonte temporal marcado se estima un incremento de ventas, hace que el consumo de materias primas lo haga a su par, pero no proporcionalmente, sino en una menor cantidad. Se supone un 1,6% menos de aumento de las ventas.

5.6.2. Costes de arrendamiento

La localización seleccionada del establecimiento se encuentra en el distrito Actur-Rey Fernando de la ciudad de Zaragoza, un lugar con muy familiar y con mucho encanto, concretamente en la calle de Pablo Neruda nº 9, 50018 Zaragoza; una avenida muy transitada en la ciudad donde se encuentran ubicados los puntos más claves del sitio como World Trader Center Zaragoza (WTCZ) y el Gran Casa.

El establecimiento elegido está en un régimen de alquiler y anteriormente fue un Folder. Por lo tanto, se contaba con un almacén, y 2 baños totalmente equipados, pero que eran de uso privado para los trabajadores anteriores. Pero lo más importante para la selección de este local fue que la instalación posee salida de humos y cuenta con la licencia de actividad.

El coste de arrendamiento supone un coste adicional a la actividad de la empresa el cual computa como un gasto cuya cuota se paga mensual. Dicho importe asciende a 1.750,00€ al mes. (Anexo XVIII)

5.6.3. Coste de personal

Tras lo dicho anteriormente en el plan de recursos humanos, la entidad va a contratar a dos empleados el primero de ellos con un contrato indefinido tiene un salario fijado que ascenderá a 1.931,67 euros brutos y el otro empleado, será un alumno en prácticas de la escuela de hostelería, por lo que importe salarial es cero.

El trabajador indefinido se trata de una mujer menor de 45 años con minusvalía, por lo que el Gobierno de Aragón en Fomento del empleo de las personas con discapacidad “Orden EIE/608/2016”, de 7 de junio (BOA nº 123 de 28 de junio) y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social según el apartado 1.1. Incentivos en materia de Seguridad Social a la contratación indefinida inicial de la Ley 43/2006 concederá a la entidad durante todo el periodo que ejerza su actividad empresarial una subvención de 5.390 €. (Anexo X)

En el caso de los socios se supone un aumento del 4% a partir del tercer año. Finalmente, apuntar que dichos trabajadores se registrarán por el convenio colectivo del sector de crepería, chocolatería, y bar de la provincia de Zaragoza. El coste de los trabajadores, salario y seguridad social correspondiente a los mismos se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 13:Gastos de personal

SALARIOS BRUTOS MENSUALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Subvención	5.350,00 €
Empresario	1.230 €	1.230 €	2.000 €	2.400 €		
Trabajador	1.932 €	1.932 €	1.932 €	1.932 €		
TOTALES	3.162 €	3.162 €	3.932 €	4.332 €		
COSTE ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Salarios empresario	14.760 €	14.760 €	24.000 €	28.800 €		
Salario trabajadores	17.830 €	17.830 €	17.830 €	17.830 €		
TOTALES	32.590 €	32.590 €	41.830 €	46.630 €		
COSTE ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Seguridad social empresario	230 €	230 €	230 €	230 €		
Seguridad Social trabajadores	1.277,84 €	1.277,84 €	1.277,84 €	1.277,84 €		
TOTALES	1.508 €	1.508 €	1.508 €	1.508 €		

Fuente: Elaboración propia

5.6.4. Costes de suministros

Para poder establecer una previsión lo más realista se ha separado el gasto en: consumo de luz; agua y saneamiento, teléfono, Wifi y suministros. Ascendiendo a 28.446,28 €

Para la luz y el agua se han introducido los datos necesarios sobre las características del local y los electrodomésticos necesarios en un simulador para calcular el consumo.

TOTAL GASTO SUMINISTROS MENSUALES = 24.000€+1.800€+840€+1.800€+75,36€= 28.446,28 € lo que justifica el dato anterior. (Anexo XVIII)

5.6.5. Seguros

Primas y seguros del local después de una extensa estimación con la dirección, adecuación y condiciones del local como del interior del mismo, aunque no se ha asegurado el interior al 100%, sino una anualidad de 1.000€ mediante la aseguradora Mapfre.

5.6.6. Otros gastos

Una vez analizados todos los gastos generales de empresa, hay otros gastos que no se clasifican en ninguno de los apartados ya nombrados, que serían: la asesoría contratada encargada del ámbito contable, fiscal y laboral; el mantenimiento de los extintores, consumibles como son las servilletas, papel, limpieza y SGAE.

6.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD

6.1.-CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA

Los flujos de caja son los indicadores clave para analizar la liquidez en la que se encuentra la empresa, de ahí la relevancia de su cálculo en el estudio de viabilidad del proyecto, dónde a partir de estos datos se decidirá si es viable o no.

El concepto de cash Flow muestra el valor de solvencia de la entidad a corto plazo. Según dictamina José Ramón Sánchez Galán: “El término³ flujo de caja representa la diferencia entre los cobros y los pagos en un momento determinado”. Principalmente se empezará por la obtención del cálculo del beneficio neto y descontando las amortizaciones y la devolución del préstamo.

La tabla que muestra el cálculo de los flujos de caja durante el horizonte temporal establecido para el estudio. (Anexos XXII y XXIII)

³ SANCHEZ GALÁN, J. (2008): Principios básicos de empresa. Visión libros, Madrid. Pág 60.

6.2.-TASA DE ACTUALIZACIÓN

La tasa de descuento de los flujos de caja de un proyecto calcula el coste de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo. Los fondos de este negocio se obtienen del mercado de capitales, tanto por uso de fondos propios como mediante toma de deuda para financiar parte del proyecto. La tasa de descuento representa la rentabilidad esperada del proyecto de los inversores. Por lo que se considera clave para la evaluación de proyectos.

Tras la observación de los conceptos de ambas tasas, se combinarán para un único coste efectuamos el método WACC, costo del capital medio ponderado⁴. Este modelo representa el coste medio de fondos, ponderado por el peso relativo de las mismas en la estructura de pasivos del proyecto. La fórmula que expresa este concepto:

$$WACC = (%D) [id (1 - t)] + (%CP) (icp)$$

Dónde:

Icp: coste de los recursos propios obtenido con el CAPM- 4,00%

Id: coste de la deuda - 4,06%

D: deuda -73,78%

CP: capitales o recursos propios -26,62%

t: impuesto aplicado a la empresa - 18%

Por lo tanto, la tasa actualización de la empresa es: $WACC = (0,7378) * [0,0406 * (1 - 0,18)] + (0,2662) * (0,04) = 3,52\%$

6.3.-EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.3.1. Perspectiva para el inversor

El valor actual neto (VAN) del inversor es mayor a cero, lo que indica que el proyecto es rentable. Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada.

⁴ DE PABLO LOPEZ, A. Y FERRUZ AGUDO. L. (2001): Finanzas de empresa. Editorial centro de estudios Ramón Areces, S.A. Madrid. Pág 384

C_0 = desembolso inicial

F_t = flujo de caja del momento t

$$VAN = -C_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t}$$

n= número de años que dura la inversión

r = rentabilidad mínima o tasa de actualización de la inversión.

VAN inversor = 54.857,24 € >0, es recomendable llevar a cabo la inversión debido a que generaría unos cobros mayores a los pagos y por tanto sería rentable. (Anexo XXIV). Por lo tanto, la empresa se encuentra ante un estudio de viabilidad favorable.

Tasa interna de rentabilidad (TIR) tasa que hace que el valor actual neto (VAN) sea cero, o lo que es lo mismo, una tasa que actualiza todos los flujos futuros consiguiendo que la suma sea igual a la inversión inicial⁵. En el caso de que esta tasa sea superior al coste medio ponderado estimado para la inversión (3,52%), hablaremos de una inversión rentable.

C_0 = desembolso inicial

F_t = flujo de caja del momento t

$$-C_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = 0$$

n= número de años que dura la inversión

r = TIR

TIR inversor= 69% >3,5% se observa nuevamente que el valor a certifica la viabilidad del proyecto con esta cifra tan elevada de rentabilidad, se encuentra muy por encima del 3,5% que es la tasa de actualización. Estos resultados tan favorables son debidos a que el proyecto está financiado en gran medida por financiación ajena, lo que hace que el inversor no haga un desembolso inicial tan elevado, provocando un incremento tanto del VAN como la TIR.

6.3.2. Perspectiva para el proyecto

El valor actual neto (VAN) del proyecto es mayor a cero, lo que significa que dicho proyecto es rentable, lo mismo que ha sucedido con el VAN del inversor, corroboran las cifras del mismo.

5 HORNGREN, C.T., DATAR, M.S. Y FOSTER, G. (2007): Contabilidad de costos. Pearson Educación, México. Pag 728

VAN del proyecto= 56.134,79 €>0, proyecto viable. Anexo (Anexo XXV)

Tasa interna de rentabilidad (TIR)

TIR inversor= 44% >3,5%, la rentabilidad es menor a la del inversor, pero ambos valores siguen siendo muy coherentes, y como sigue estando tan por encima del coste medio ponderado estimado, se vuelve a ver que el proyecto es recomendable y viable a efectos de estos métodos aplicados.

6.3.3. Umbral de rentabilidad

El punto muerto es el punto de equilibrio, es decir, es el número necesario de unidades de las que una empresa debe vender para que el beneficio en ese momento de tiempo sea cero, o lo que es lo mismo cuando los costes totales marginales se igualan a los ingresos totales marginales por venta.

$$\text{Punto muerto u.m en facturación} = \frac{\text{Costes Fijos}}{1 - \frac{\text{Coste variable de ventas}}{\text{Ventas}}}$$

En esta ocasión, como se puede observar en el anexo XX, el punto muerto en facturación es de 4.382 euros mensuales. Como se puede observar la entidad estima unas ventas mensuales promedio por un importe aproximadamente de 10.000 euros, por lo que el dato del punto de equilibrio al ser tan bajo permite a la empresa alcanzar más rápidamente la zona de beneficios.

6.4.-ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Como se ha podido observar en la evolución del proyecto ha dado resultados muy positivos con las estimaciones iniciales se va a realizar tres escenarios que pueden llegar a darse a lo largo del horizonte temporal del negocio: disminución de la cifra de ventas en un 25% el primer año y un 15% los años restantes, contratación de un empleado más desde el primer momento y como último escenario posible planteado, aumento de los costes de aprovisionamientos en un 30% desde el primer año.

Tabla 14:Escenarios posibles del proyecto e inversor

	VAN		TIR	
	Inversor	Proyecto	Inversor	Proyecto
Primer escenario: Menores ventas	-534,67 €	803,46 €	3%	4%
Segundo escenario: Más empleados	-2.726,12 €	-1.387,92 €	1%	3%
Tercer escenario: Mayores costes de mmp	19.275,33 €	20.613,95 €	25%	18%

Fuente: Elaboración propia

En los tres escenarios se analiza tanto desde la perspectiva del inversor como del proyecto. (Anexo XXII).

Primer escenario:

Disminución de la cifra de venta donde se presupone que se parte de un valor de ventas menor desde el primer año (un 25% menos) y una disminución del 15% en los siguientes años. A su vez, esto conduce a una reducción de los costes de las materias primas por el mismo importe.

VAN inversor = - 472,92 € < 0; TIR inversor= 3%

VAN proyecto = 803,46 € < 0; TIR proyecto= 4%

Con estas modificaciones en la base del momento inicial se situaría la empresa frente a serios problemas, aunque no de una gran magnitud. El negocio no sería viable de desde el punto de vista del inversor porque la TIR da una rentabilidad por debajo del coste medio ponderado estimado. La empresa tiene cierto grado de sensibilidad en este escenario por el lado del inversor. No obstante, el proyecto si da una rentabilidad por encima del coste medio ponderado estimado, además de un VAN positivo, por lo que desde este otro punto de vista si sería realmente viable.

Segundo escenario:

En el caso de la que la empresa llevará un buen trascurso de la actividad empresarial y decidirá en contratar a un *empleo más* para el negocio.

VAN inversor = -2.726,12 € > 0; TIR=1%

VAN proyecto = -1.387,92 € > 0; TIR= 3%

Como se puede ver, los resultados de estos métodos dan lugar a la misma visión desfavorable de llevar a cabo el proyecto. La TIR desde el proyecto al igual que con el VAN da resultados desfavorables en ambas ocasiones, ya no son superiores al coste medio ponderado estimado, por lo que se diría que no es recomendable llevarse consigo si se diera lugar esta circunstancia. Sin embargo, la situación a este problema se solventaría con un incremento de las ventas posibles a la incorporación de un puesto de trabajo más en la empresa.

Tercer escenario:

Un *aumento del coste de aprovisionamientos*, cuyo incremento es del 30% respecto de la cantidad inicial.

VAN inversor = 19.337,08 € > 0; TIR= 26 %

VAN proyecto = 20.613, 95 € > 0; TIR= 18%

En este escenario la entidad no se encuentra perjudicada porque por ambos cálculos resulta ser un proyecto rentable, es decir, dar un panorama favorable porque se puede verificar que es viable con una riqueza generada elevada.

7.-CONCLUSIONES

Este trabajo ha permitido verificar categóricamente que el desarrollo de este plan de negocio ha sido de gran utilidad para conocer y lucrarse todavía más los pasos y trámites necesarios para la creación de un nuevo negocio.

Sin embargo, este proyecto de viabilidad demuestra que el hecho de que un emprendedor tenga deseos y devoción por establecer un negocio no es suficiente para emprender la actividad empresarial, ya que como ha podido observar se necesita contar con un detallado plan de negocios que se ajuste lo mayor posible a la realidad. No obstante, el desarrollo de éste tiene cierto grado de complejidad, pero facilita el análisis y las estimaciones para la toma de decisiones que se consideren más oportunas.

El análisis ha comenzado por estudio interno de la empresa, marketing mix donde principalmente se observa con mayor claridad la idea de negocio a través de la línea de productos que desea ofertar. Y seguidamente, se estudia el entorno externo que la rodea con el análisis PEST, donde se observan todos los factores que influyen tanto a al sector en general como a la empresa en particular. Además, se realiza un estudio más exhaustivo de la empresa al investigar sobre clientes, competidores, proveedores con las cinco fuerzas de Porter.

No obstante, el estudio general de la empresa no finaliza ahí, sino que sucesivamente se lleva a cabo un análisis a través de la matriz DAFO, en el cual no solo es de vital importancia ser conocedor de las numerosas fortalezas y oportunidades que puede ofertar el nuevo negocio sino tener en cuenta también las posibles debilidades y amenazas que pueda suceder. Hay que decir, que los resultados de esta empresa van a dar aspectos

positivos muy superiores a los negativos que le permitirán sobrevivir y crecer dentro del sector.

Posteriormente, con el análisis económico en el cual se han calculado los métodos VAN y TIR se ha podido refutar si el plan de negocio previsto era viable o no, tanto desde el punto de vista del inversor como del proyecto. En esta idea de negocio se han obtenido resultados muy positivos incluso en posibles escenarios puedan darse al llevar a cabo un análisis de sensibilidad, por lo que todo ello confirma la creación de la empresa SWEETTASTE.

Tabla 15:VAN y TIR del inversor y del proyecto

	VAN	TIR
INVERSOR	57.934,14 €	38%
PROYECTO	60.572,67 €	27%

Fuente: Elaboración propia

Posibles escenarios que puedan darse:

	VAN		TIR	
	Inversor	Proyecto	Inversor	Proyecto
Primer escenario: Menores ventas	-534,67 €	803,46 €	3%	4%
Segundo escenario: Más empleados	-2.726,12 €	-1.387,92 €	1%	3%
Tercer escenario: Mayores costes de mmpp	19.275,33 €	20.613,95 €	25%	18%

Fuente: Elaboración propia

Se observa que hay dos casos en los que puede suponer cierta gravedad para la empresa como menores ventas y más empleados desde el punto de vista del inversor. Aunque para el proyecto no hay ninguna alteración negativa. Por lo tanto, los datos negativos que puede presentar el inversor en dichos escenarios plantean como solución la posibilidad de combinarlos a partir del segundo año, con la idea de reducir el precio para ser más competentes por lo que se mantendría la cifra de ventas tan elevada, dada la sensibilidad de las mismas permitirá que el negocio sobreviva.

Concluyendo así, que pese algunos escenarios desfavorables que puedan surgir con resultados poco catastróficos, los datos confirman que la entidad es muy viable.

8.-BIBLIOGRAFÍA

Cámara de Comercio de Zaragoza (2016): Estudio de viabilidad: Dulces recuerdos. Programa Emprender en Zaragoza.

Cifuentes Cifuentes, O. (2010): El plan de negocio como una herramienta metodológica y científica. Editorial Corporación Universitaria Rafael Núñez.

Horngrén, C.T., Datar, M.S. y Foster, G. (2007): Contabilidad de costos. Pearson educación, México. página 728

Muñiz González, R. (2014): Marketing en el siglo XXI. 5ª Edición. Capítulo 4. Producto y precio. Editorial Centro de Estudios Financieros (CEF).

M. Grant, R. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas Ediciones, S.L.

Porter, M. (1997): Estrategia Competitiva. Editorial Continental, S.A.

Pablo López, A. y Ferruz Agudo. I. (2001): Finanzas de empresa. Editorial centro de estudios Ramón Areces, S.A.

Sánchez Galán, J. (2008): Principios básicos de empresa. Editorial Visión Net.

9.-WEBGRAFÍA

PÁGINA WEB	CONTENIDO	Fecha
www.agenciatributaria.es	AGENCIA TRIBUTARIA. Página web oficial del Gobierno de España.	Consulta Mayo 2017
http://direccion-estrategica.wikispaces.com	ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER. Página web del libro: M. Grant, R. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas Ediciones, S.L. Sitio dónde sólo aparece el capítulo 3: “Las cinco fuerzas de Porter”	Consulta Abril 2017
www.businessnewsdaily.com	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER. Página web que da información sobre la herramienta de análisis de “Las Cinco Fuerzas de Porter”	Consulta Abril 2016
www.zaragoza.es	AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA. TRANSPARENCIA. Página web del Ayuntamiento de Zaragoza se ocupa de realizar un estudio con los propios habitantes de la Ciudad. Mapas de Juntas Municipales	Consulta Febrero 2017
www.boe.es	BOE. Página web oficial de la Agencia Estatal del Boletín Oficial del Estado que actualiza las normativas en vigor.	Consulta Mayo 2017
www.santander.com	BANCO SANTANDER. Página web de la entidad bancaria.	Consulta Mayo 2017
http://ecoara.org	COLEGIO ECONOMISTAS DE ARAGÓN. Portal oficial de prontuario laboral y fiscal actualizado.	Consulta Junio 2017
www.tuabogadodefensor.com	DERECHO. Espacio web de una sociedad de abogados que actualiza la información sobre los impuestos y las normativas aprobadas	Consulta Marzo 2017
www.bolsamania.com	ECONOMIA. BOLSAMANIA. Periódico digital. Espacio web encargado de informar las últimas noticias más importantes en el ámbito económico. En esta página, se observa las tablas del IRPF actualizadas.	Consulta Febrero 2017
www.crear-empresas.com	EMPRENDEDORES. CREAR EMPRESAS. Portal web que informa a los emprendedores de las normativas más actualizadas y de los aspectos más relevantes para crear un negocio.	Consulta Febrero 2017
www.aragon.es	FORMACION PARA EL EMPLEO. Página web que actualiza la información sobre las normativas vigente sobre la seguridad e higiene alimentaria	Consulta Mayo 2017
www.aragon.es/iaest	IAEST. Página web oficial del Instituto Aragonés de Estadística. Muestra los datos del sector y un estudio realizado de la población	Consulta Febrero 2017
www.aragon.es/inadem	INAEM. Página web oficial del Instituto Aragonés de Empleo. Modalidades de contratación temporal 2017 del Gobierno de Aragón.	Consulta Febrero 2017

www.ine.es	INE. Página web oficial del Instituto Nacional de Estadística	Consulta Marzo 2016
www.ipyme.org	IPYME. Espacio web del Gobierno de España dedicado al Ministerio de Economía, Industria y competitividad	Consulta Febrero 2016
www.marketing-xxi.com	MARKETING MIX. Portal web que informa de los puntos más relevantes del marketing	Consulta Marzo 2017
www.seg-social.es	MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL. Página web oficial del Gobierno de España que muestra la información actualizada sobre la Seguridad Social.	Consulta Abril 2017
www.maquinariadehosteleria.net ; www.solostocks.com ; www.crepesygofres.com ; www.tiendas.mediamarkt.es ; www.ikea.com ; www.marialunarillos.com ; www.ferreteriafersanz.es ; www.marloplast.es	PRECIOS MAQUINARIA Y MENAJE.	Consulta Abril 2017
www.segsocial.es	Subvención a nivel nacional	Consulta Mayo 2017
www.oepm.es	Tasas patentes	Consulta Mayo 2017

10.-ANEXO

I. LOCAL



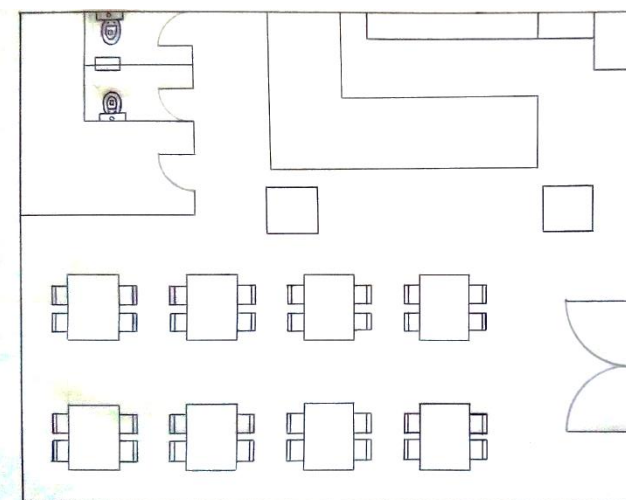
Fuente: Google Maps



Fuente: Google



Fuente: Google



Fuente: Elaboración propia

Características básicas:

- 86 m2 construidos.
- Local de una planta.
- Barra con cocina
- Segunda mano/ buen estado.
- Distribución 4 estancias.
- 2 aseos.
- Situado a pie de calle.
- Posibilidad de terraza exterior (en un futuro)

Equipamiento: suelos de terrazo, almacén, salida de humos y cocina equipada.

II. IMAGEN

Sweet-Taste logo de la empresa. Propuesta de imagen corporativa.



TIPOGRAFÍA: Garamond. Tamaño: 12.

fodfporwjkdsjwlssjahglcdetñauwqvb

0123456789

AFDKFSKNDKWELREOÑLKPEOQWTVUZX

III. HOJA DE RECLAMACIONES



HOJA DE RECLAMACIONES CLAIMS FORM IMPRIME DE RECLAMATIONS

Los datos del recuadro serán rellenados por el titular del establecimiento / The data of the box to be completed by the title owner or by representative of the establishment / Les données de cette zone seront remplies par le titulaire de l'établissement.

Nombre o razón social:	
(Name or corporate name / Nom ou raison sociale)	
Calle:	Localidad:
(Street / Rue)	(Locality / Localité)
Código postal:	Provincia:
(Postal code / Code postal)	(Province / Province)
Servicio que presta:	
(Rendered service / Service rendu)	
NIF/DNI del responsable:	Teléfono:
(Fiscal identity card or national identity card of the responsible person / Numéro d'identification fiscale ou de la carte nationale d'identité)	(Telephone / Téléphone)

A RELLENAR POR EL RECLAMANTE:

To be completed by the claimant / A remplir par le réclamant

Fecha de la reclamación:

(Claim date / Date de la réclamation)

D.J.D.º:

(Mr./Mrs / M./Mme.)

Y con domicilio en Calle:

(Domiciled at street / Résident à rue)

Número:

(Number / Numéro)

Teléfono:

(Telephone / Téléphone)

Localidad:

(Locality / Localité)

País:

(Country / Pays)

Código postal:

(Postal code / Code postal)

Con DNI/Pasaporte n.º:

(With National identity card/passport number / Avec carte nationale d'identité/passport numéro)

FORMULA LA SIGUIENTE RECLAMACIÓN:

(Reason for the claim / Motif de la réclamation)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ALEGACIONES DEL PRESTADOR DEL SERVICIO

(Allegations of the service provider / Allégations du prestataire du service)

.....
.....
.....

DOCUMENTOS QUE SE ADJUNTAN

(Attached documents / Pièces ci-jointes)

.....
.....
.....

EMPLAZAR PARA EL ESTABLECIMIENTO O PRESTADOR DE SERVICIOS

FIRMA DEL RECLAMANTE
(Claimant's signature / Signature du réclamant)

FIRMA Y SELLO DEL RECLAMADO
(Signature and seal of the owner representative / Signature et cachet du titulaire de l'établissement)

IV. HOJA DE DECLARACIÓN CENSAL -MODELO 036

Aviso para la presentación del modelo 036:

Este modelo tendrá carácter de borrador y no tendrá validez hasta que no haya sido presentado en las oficinas de la AEAT

Página 1

Datos Identificativos

* N.I.F.

[101]

* Apellidos, Razón o denominación social

Nombre

[102]

[103]

1. CAUSA DE PRESENTACIÓN

A) Alta

[110] Solicitud de Número de Identificación Fiscal (N.I.F.)

[111] Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores

B) Modificación

[120] Solicitud de N.I.F. definitiva, disponiendo de N.I.F. provisional.

[121] Solicitud de nueva tarjeta acreditativa del N.I.F.

[142] Modificación de datos de teléfonos y direcciones electrónicas. (páginas 2A, 2B y 2C)

[122] Modificación domicilio fiscal. (páginas 2A, 2B y 2C)

[123] Modificación domicilio social o de gestión administrativa. (páginas 2A y 2B)

[124] Modificación y baja domicilio a efectos de notificaciones. (páginas 2A, 2B y 2C)

[125] Modificación otros datos identificativos. (páginas 2A, 2B y 2C)

[126] Modificación datos representantes. (página 3)

[127] Modificación datos relativos a actividades económicas y locales. (página 4)

[128] Modificación de la condición de Gran Empresa o Admón. Pública de presupuesto superior a 6.000.000 de euros. (página 5)

[129] Solicitud de inscripción/baja en el registro de devolución mensual. (página 5)

[130] Solicitud de alta/baja en el registro de operadores intracomunitarios. (página 5)

[143] Comunicación de opción y renuncia a la llevanza de los Libros registro del IVA a través de la Sede electrónica de la AEAT. (página 5)

[131] Modificación datos relativos al Impuesto sobre el Valor Añadido. (página 5)

[132] Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. (página 6)

[133] Modificación datos relativos al Impuesto sobre Sociedades. (página 6)

[134] Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de no Residentes correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español. (página 6)

[135] Opción/renuncia por el Régimen fiscal especial del Título II de la Ley 49/2002. (página 6)

[136] Modificación datos relativos a retenciones e Ingresos a cuenta. (página 7)

[137] Modificación datos relativos a otros impuestos. (página 7)

[138] Modificación datos relativos a regímenes especiales del comercio intracomunitario. (página 7)

[139] Modificación datos relativos a la relación de socios, miembros o participes. (página 8)

[140] Dejar de ejercer todas las actividades empresariales y/o profesionales (personas jurídicas y entidades, sin disolución. Entidades Inactivas).

[141] Fecha efectiva del cese

/ /

C) Baja

[150] Baja en el censo de empresarios, profesionales y retenedores.

[151] Causa

[152] Fecha efectiva de la baja
 / /

LUGAR, FECHA Y FIRMA

* Lugar Fecha / / * Firma en calidad de

* Firmado: D/D.º.:

V. TRAMITES ADMINISTRATIVOS

LICENCIAS	IMPORTE	PLAZO
AEAT	0,00 €	en el momento
Inscripción de Empresa en SS	0,00 €	en el momento
Licencia de Apertura	2.169,45 €	60 días
Comunicación de apertura al centro de trabajo	0,00 €	en el momento
Compra del libro de visitas	5,25 €	en el momento
Legalización del libro de visitas	0,00 €	en el momento
Protección de datos	120,00 €	60 días
Registro de marca	122,89 €	60 días
Prevención riesgos laborales	320,50 €	30 días
Altas/Afiliación de trabajadores en Seguridad Social	0,00 €	30 días
Legalización contratos de trabajo	0,00 €	10 días
Hojas de reclamaciones	0,00 €	en el momento
TOTAL	2.738,09 €	

VI. INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL		
CONCEPTO	IMPORTE	%
Acondicionamiento del local	1.000,00 €	3,70%
Rótulo	150,00 €	0,55%
Maquinaria	8.714,45 €	32,22%
Menaje	970,31 €	3,59%
Mesas, sillas	2.000,00 €	7,40%
TPV	350,00 €	1,29%
Publicidad prelanzamiento	200,00 €	0,74%
Mercaderías	2.000,00 €	7,40%
IVA deducible de la inversión	1.659,00 €	6,13%
Tesorería	6.500,00 €	24,04%
Fianzas (arrendamiento del local)	3.500,00 €	12,94%
TOTAL DE INVERSIÓN	27.043,76 €	100,00%

VII. MAQUINARIA Y MENAJE

MAQUINARIA	DETALLE	IMPORTE
Sandwicheras con formas	Para hacer crepés con formas de dibujos animados	30,00 €
Horno de convección	Para pasteles ofertados en el desayuno	916,00 €
Abatidora	Para agilizar el enfriamiento de los pasteles sacados del horno porque sino seguirian cociendo a temperatura ambiente.	2.091,60 €
Armario nevera	Para refrigerar los ingredientes, bebidas,...	1.890,00 €
Batidor-amasador	Para amasar, batir y mezclar.	776,85 €
Gofrera	Para hacer gofres.	295,00 €
Maquina de hielos		
Balanzas	Como medidor del peso de los ingredientes para su posterior elaboración.	175,00 €
Aire acondicionado con bomba de calor		749,00 €
Dosificadora de churros		597,00 €
Fogón churrería		640,00 €
Crepera	Para crepés	554,00 €
TOTAL		8.714,45 €

MENAJE	DETALLE	IMPORTE
Candidera	Para meter el bizcocho o pastel que se esta haciendo en el horno.	30,25 €
Cazos	Para cocer, calentar...	50,00 €
Tarrina bisagra	Permite a los clientes llevarse la comida fuera del establecimiento.	140,00 €
Licuada	Para montar o mezclar pequeñas cantidades.	28,84 €
Cuencos o boles	Para guardar masas o mezclas.	30,00 €
Quemador	Para flambeear	19,50 €
Moldes	De diferentes tipos y formas	114,50 €
Espátulas	Para alisar cualquier elaboración con cremas,...	5,50 €
Medidores	Para vasos, tazas, jarras,...	46,20 €
Divisor de porciones	Para dividir proporcionalmente las tartas, crepés,...	10,40 €
Material diverso	Cuchillos, tenedores, cucharas, tijeras, rayadores, guantes para horno, embudo, pajitas,...	495,12 €
TOTAL		970,31 €

VIII. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

	Importe inicial	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Valor residual
Marca	122,89 €	4 Años	30,72 €	30,72 €	30,72 €	30,72 €	0,00 €
Menaje	970,31 €	4 Años	242,58 €	242,58 €	242,58 €	242,58 €	0,00 €
Maquinaria	8.714,45 €	9 Años	968,27 €	968,27 €	968,27 €	968,27 €	4.841,36 €
Mobiliario	2.000,00 €	10 Años	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	1.200,00 €
TOTAL	11.807,65 €		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	6.041,36 €

IX. COSTE DE APROVISIONAMIENTO

MATERIAS PRIMAS	Cantidad por unidad	€/uds	uds/mes	TOTAL (€/mes)	IVA	TOTAL
Aceite	5L	8,25 €	12	99,00 €	10%	108,90 €
Aquarius	24 uds	16,32 €	8	130,56 €	10%	143,62 €
Azúcar	25 Kg	25,00 €	4	100,00 €	10%	110,00 €
Azúcar bolsa 7 gr	1000 uds	12,95 €	3	38,85 €	10%	42,74 €
Azúcar glass	25 Kg	20,00 €	3	60,00 €	10%	66,00 €
Bacon	500 gr	1,73 €	8	13,84 €	10%	15,22 €
Bicarbonato	100 gr	2,50 €	3	7,50 €	10%	8,25 €
Cacao en Polvo	5 Kg	39,40 €	1	39,40 €	10%	43,34 €
Café biológico	1 Kg	13,80 €	28	386,40 €	10%	425,04 €
Café descafeinado	1 Kg	16,16 €	3	41,40 €	10%	45,54 €
Cebolla	2 Kg	2,90 €	2	5,80 €	10%	6,38 €
Champiñones	1 Kg	5,16 €	2	10,32 €	10%	11,35 €
Chocolate Blanco	10 Kg	86,00 €	1	86,00 €	10%	94,60 €
Chocolate con leche	10 Kg	85,90 €	1	85,90 €	10%	94,49 €
Chocolate Negro	10 Kg	70,50 €	1	70,50 €	10%	77,55 €
Coca-Cola lata	24 uds	11,76 €	25	294,00 €	10%	323,40 €
Coca-Cola lata light	24 uds	12,48 €	4	49,92 €	10%	54,91 €
Coca-Cola lata zero	24 uds	12,48 €	4	49,92 €	10%	54,91 €
Colorantes	28 gr	1,90 €	10	19,00 €	10%	20,90 €
Decoración formas	100 gr	12,62 €	2	25,24 €	10%	27,76 €
Edulcorante en polvo	1 Kg	17,90 €	3	53,70 €	10%	59,07 €
Extracto de almendra	1 L	30,00 €	1	30,00 €	10%	33,00 €
Extracto de vainilla	1 L	30,00 €	2	60,00 €	10%	66,00 €
Fresas	1 Kg	1,90 €	10	19,00 €	10%	20,90 €
Harina	5 Kg	3,50 €	12	42,00 €	4%	43,68 €
Harina de maiz	1 Kg	4,37 €	5	21,85 €	10%	24,04 €
Huevos	12 uds	1,05 €	90	94,50 €	4%	98,28 €
Jamón ibérico muy fino	200 gr	2,93 €	7	20,51 €	10%	22,56 €
Jamón York	500 gr	8,99 €	40	359,60 €	10%	395,56 €
Fanta de naranja y limón	24 uds	8,40 €	3	25,20 €	10%	27,72 €
Leche asturiana	1,5 L	1,00 €	40	40,00 €	4%	41,60 €
Levadura	900 gr	5,08 €	4	20,32 €	10%	22,35 €
Limonas	1 Kg	1,30 €	1	1,30 €	4%	1,35 €
Mahonesa	1 Kg	3,61 €	3	10,83 €	10%	11,91 €
Mantequilla	1 Kg	2,00 €	60	120,00 €	10%	132,00 €
Manzanilla	100 bolsas	5,03 €	1	5,03 €	10%	5,53 €
Membrillo	1 Kg	9,33 €	2	18,66 €	10%	20,53 €
Mermelada de arándanos	5,3 Kg	16,70 €	1	16,70 €	10%	18,37 €
Mermelada de fresa	5,3 Kg	16,70 €	1	16,70 €	10%	18,37 €
Miel	500 gr	3,05 €	2	6,10 €	10%	6,71 €
Nata para montar	1 L	2,35 €	15	35,25 €	10%	38,78 €
Nestea lata	24 uds	14,40 €	4	57,60 €	10%	63,36 €
Nueces	200 gr	4,95 €	5	24,75 €	10%	27,23 €
Nutella	1 Kg	5,91 €	2	11,82 €	10%	13,00 €
Paté	1 Kg	15 €	5	75,00 €	10%	82,50 €
Pepitas chocolate blanco	5 Kg	34,00 €	1	34,00 €	10%	37,40 €
Philadelphia	1 Kg	7,50 €	2	15,00 €	10%	16,50 €
Plátano	1 Kg	0,60 €	4	2,40 €	10%	2,64 €
Queso crema	1 Kg	6,71 €	3	20,13 €	4%	20,94 €
Queso parmesano	1 Kg	12 €	1	12,00 €	10%	13,20 €
Queso roquefort	130 gr	3,20 €	2	6,40 €	10%	7,04 €
Ron	1 L	7,14 €	1	7,14 €	10%	7,86 €
Sacarina	100 uds	6,53 €	2	13,06 €	10%	14,37 €
Sal	1 Kg	0,29 €	4	1,16 €	10%	1,28 €
Salmón	100 gr	5,10 €	6	30,60 €	10%	33,66 €
Schwepes lata	24 uds	14,90 €	3	44,70 €	10%	49,17 €
Setas	1 Kg	5,16 €	2	10,32 €	10%	11,35 €
Té blanco	50 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té manzana	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té melocotón	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té negro	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té rojo	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té vainilla	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Té verde	125 gr	7,03 €	1	7,03 €	10%	7,73 €
Zumo granini	24 uds	15,60 €	9	140,40 €	10%	154,44 €
TOTAL ANUAL				TOTAL	3.186,49 €	3.493,27 €

Ingredientes	38.425,93 €
	38.425,93 €

X. SUBVENCIÓN A NIVEL NACIONAL



1. Beneficios en la cotización a la Seguridad Social

1.1. Incentivos en materia de Seguridad Social a la contratación indefinida inicial

Condiciones			Bonif. €/MES (i)	Bonif. €/AÑO (i)	Duración	Tipo Contrato	Legislación	Vigencia	Requisitos	Exclusiones
Víctimas del terrorismo			125	1.500	4 años	150 250 350	Ley 3/2012	08/07/2012	A B	1-2-3-4-5
Víctimas de trata de seres humanos			125	1.500	2 años	150 250 350	Ley 43/2006 (iii)	18/08/2015	A B	1-2-3-4-5
Personas con discapacidad -Grado de discapacidad ≥ 33% o declarados incapacitados permanentes-	Parálisis cerebral Enfermedad Mental personas con discapacidad intelectual, física o sensorial ≥ 65%	Mayor o igual a 45 años	525,00	6.300	Todo el contrato	130 230 330	Ley 43/2006	31/12/2006	A B	5
		Mujer menor de 45 años	495,83	5.950						
		Hombre menor 45 años	425,00	5.100						
	Resto de personas con discapacidad	Mayor o igual de 45 años	475,00	5.700	Todo el contrato	130 230 330	Ley 43/2006	31/12/2006	A B	3-4-5
		Mujer menor de 45 años	445,83	5.350						
		Hombre menor 45 años	375,00	4.500						
Relaciones Laborales de Carácter Especial (RLCE) de personas con discapacidad en Centros Especiales de Empleo (CEE)					150-250-350	Ley 43/2006	31/12/2006			3-4-5

SUBVENCIÓN POR CONTRATACIÓN INDEFINIDA

Cuantía:

- 5.000 € por contrato indefinido a jornada completa de desempleados con una discapacidad ≥ 33%.

Incrementos del 15%, hasta un máximo de 6.000 €:

- Cuando la persona contratada sea mujer.
- Cuando la persona contratada presente una discapacidad intelectual, enfermedad mental o parálisis cerebral ≥ 33%, o una discapacidad física o sensorial ≥ 65%.

Si el contrato es a tiempo parcial, la subvención se reducirá proporcionalmente.

Evolución del coste de personal a lo largo de los 4 años:

SALARIOS BRUTOS MENSUALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Subvención	5.350,00 €
Empresario	1.230 €	1.230 €	2.000 €	2.400 €		
Trabajador	1.932 €	1.932 €	1.932 €	1.932 €		
TOTALES	3.162 €	3.162 €	3.932 €	4.332 €		
COSTE ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Salarios empresario	14.760 €	14.760 €	24.000 €	28.800 €		
Salario trabajadores	17.830 €	17.830 €	17.830 €	17.830 €		
TOTALES	32.590 €	32.590 €	41.830 €	46.630 €		
COSTE ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Seguridad social empresario	230 €	230 €	230 €	230 €		
Seguridad Social trabajadores	1.277,84 €	1.277,84 €	1.277,84 €	1.277,84 €		
TOTALES	1.508 €	1.508 €	1.508 €	1.508 €		

XI. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS

Con esta investigación del mercado queremos certificar la premisa de mercado de personas de clase media-alta comprendiendo entre los 6 y 65 años de edad que comen crepes.

Además, queremos certificar o desmentir esta premisa queremos profundizar un poco más en las características demográficas del consumidor potencial, preferencias y hábitos de consumo.

Tamaño de la muestra:

Para determinar el tamaño de la muestra, utilizaremos la técnica de muestreo aleatorio estratificado, donde hay que considerar la población anteriormente definida. Personas de 6 a 65 años de edad cercanas al local.

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza del 95% y un margen de error del 5,4% y además se toman en cuenta los siguientes factores:

Grado de confianza (z):

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95% Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1,96 obtenido de una tabla de distribución normal.

Máximo error permisible (e):

Es el error aceptable con base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza “X”. Este error ha sido definido con un margen del 5,4%.

Porción estimada (P):

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, en este caso, es las personas que comen crepes; como no disponemos de información previa tomamos el promedio que se suele utilizar del 50%. Para hallar el número de personas a encuestas, aplicamos la fórmula de una población infinita (mayor a 100.000 unidades):

n: Tamaño de la muestra z:1,96 p=0,5 q=(1-p) =0,5 e=5.4%=0,054

$n=1,96^2(0,5 \times 0,5) / (0,054)^2=329,36.$ n=330

Método de la investigación:

Existen dos tipos de investigación:

Investigación secundaria: Información ya existente, como artículos, revistas, páginas de internet, estudios publicados, etc.

Investigación concluyente; Se realiza un estudio o método de obtención de información como encuestas, observación directa, experimentos, etc., posteriormente se deben extraer las conclusiones.

En este proyecto realizaremos una investigación descriptiva por el método concluyente.

Procedimiento de la investigación descriptiva concluyente:

Una vez obtenido el tamaño de la muestra procedemos a elaborar una encuesta de 8 preguntas que evalúen nuestras premisas acerca del conocimiento del producto, características y hábitos del potencial consumidor y la aceptación de la apertura del local.

Esta encuesta fue realizada en los alrededores del local.

Encuesta: A continuación, presentamos un modelo de la encuesta realizada:

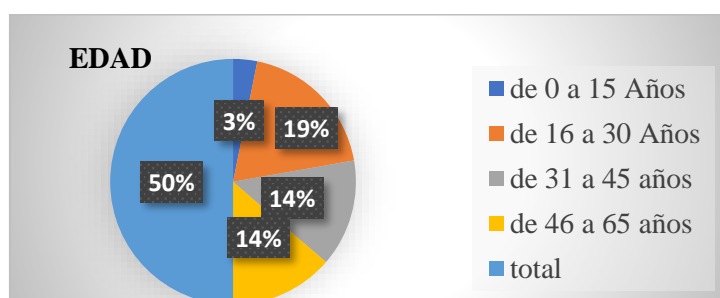
- 1- **¿En qué rango de edad se encuentra usted?**
a) 0 a 15 b) 16 a 30 c) 31 a 45 d) 46 a 65
- 2- **¿A qué género pertenece?**
a) Hombre b) Mujer
- 3- **¿En qué rango de ingresos anuales se encuentra?**
a) Hasta 12.000 euros b) 12.000 a 16.000 euros c) 16.000 a 20.000 euros
d) Más de 20.000 euros
- 4- **¿Qué tipo de comida prefieres?)**
a) Tradicional b) Rápida c) Comida Light d) Otros
- 5- **¿Cuántas veces comes o cenas fuera de casa semanalmente?**
a) 0 a 2 b) 3 a 4 c) 5 a 7 d) Más de 7
- 6- **¿Con qué frecuencia comes una crepe?**
a) Menos 1 vez a la semana b) 1 vez a la semana c) 2 veces a la semana
d) Más de 2 veces a la semana
- 7- **¿En qué momento la prefieres?**
a) Desayuno b) Comida c) Cena d) Cualquier momento
- 8- **¿Cree que el precio de 5,40 euros por una crepe es adecuado?**
a) Barata b) Normal c) Cara

XII.RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA

RESPUESTA DE LA PREGUNTA 1:

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Porcentaje	Acumulado Porcentaje
de 0 a 15 Años	20	6,06%	6,35%	6,35%
de 16 a 30 Años	120	36,36%	38,10%	44,44%
de 31 a 45 años	89	26,97%	28,25%	72,70%
de 46 a 65 años	86	26,06%	27,30%	100,00%
total	315		100,00%	

Missing	15	4,55%
Total	330	100,00%

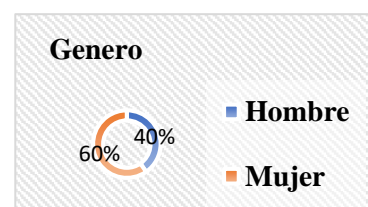


Se puede observar que no existen grandes diferencias entre las cantidades encuestadas de las diferentes escalas de edades a excepción de la escala de 0 a 15 años.

RESPUESTA DE LA PREGUNTA 2:

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	133	40,30%
Mujer	197	59,70%
total	330	

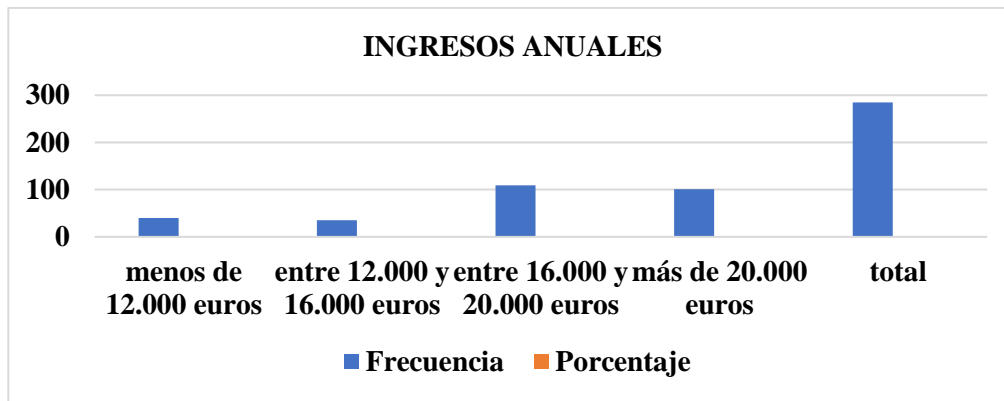
La mayor cantidad de entrevistas se han realizados a personas de sexo femenino.



RESPUESTA DE LA PREGUNTA 3:

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Porcentaje	Acumulado Porcentaje
menos de 12.000 euros	40	12,12%	12,70%	12,70%
entre 12.000 y 16.000 euros	35	10,61%	11,11%	23,81%
entre 16.000 y 20.000 euros	109	33,03%	34,60%	58,41%
más de 20.000 euros	101	30,61%	32,06%	90,48%
total	285		90,48%	

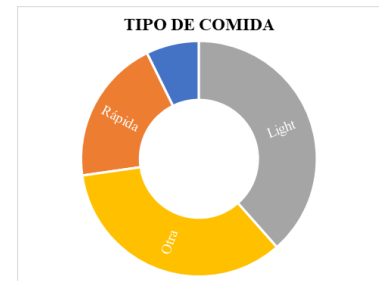
missing	45	13,64%
total	330	100,00%



La mayor parte de los encuestados se encuentran en un rango de entre 16.000 y 20.000 euros. Seguidos por el rango de un salario anual superior a 20.000 euros.

RESPUESTA DE LA PREGUNTA 4:

	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	24	7,27%
Rápida	66	20,00%
Light	127	38,48%
Otra	113	34,24%
total	330	

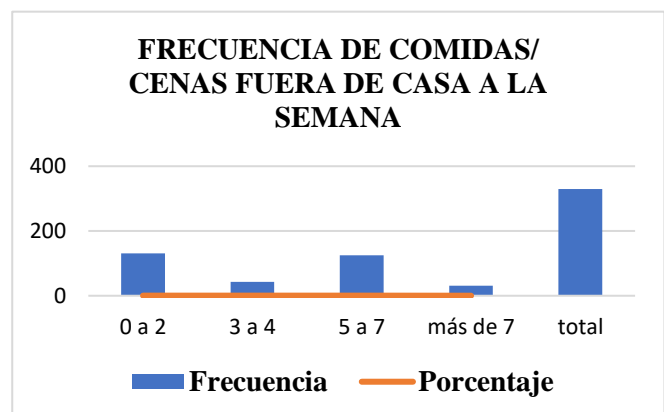


La mayor parte de los encuestados prefieren la comida light.

RESPUESTA DE LA PREGUNTA 5:

	Frecuencia	Porcentaje
0 a 2	131	39,70%
3 a 4	43	13,03%
5 a 7	125	37,88%
más de 7	31	9,39%
total	330	

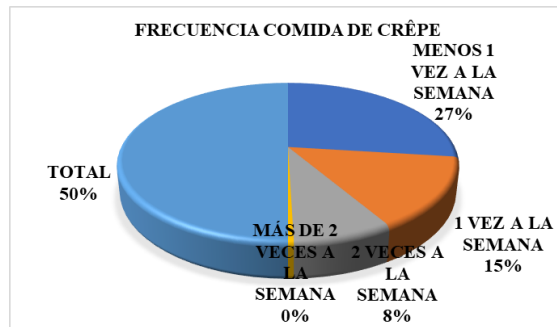
La mayor parte de los encuestados salen entre 0 y 2 veces a comer o cenar fuera de casa seguidos por los que salen entre 5 y 7 veces.



RESPUESTA DE LA PREGUNTA 6:

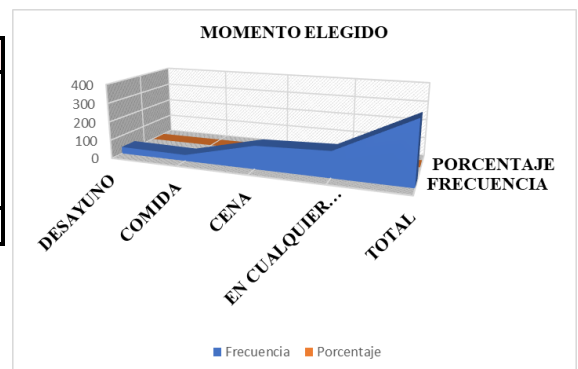
	Frecuencia	Porcentaje
Menos 1 vez a la semana	178	53,94%
1 vez a la semana	96	29,09%
2 veces a la semana	53	16,06%
Más de 2 veces a la semana	3	0,91%
total	330	

La mayor parte de los encuestados comen menos de 1 vez a la semana crepes.



RESPUESTA DE LA PREGUNTA 7:

	Frecuencia	Porcentaje
desayuno	37	11,21%
comida	33	10,00%
cena	123	37,27%
en cualquier momento	137	41,52%
total	330	

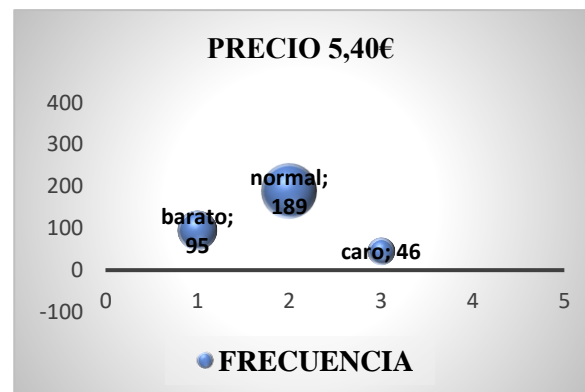


La mayor parte de los encuestados toman crepes en cualquier momento seguido de los que suelen cenarlas.

RESPUESTA DE LA PREGUNTA 8:

	Frecuencia	Porcentaje
barato	95	28,79%
normal	189	57,27%
caro	46	13,94%
total	330	

El precio de 5,40 euros se considera por la mayoría como un precio razonable



XIII. PLAN DE VENTAS

	PRODUCTOS	PRECIOS	CIFRA VENTAS
Crepes salados	60	5,40 €	324,00 €
Crepes dulces	40	5,40 €	216,00 €
Churros	120	0,20 €	24,36 €
Gofres	25	4,80 €	120,00 €
Tarta proporción pequeña	9	3,40 €	30,60 €
Tarta proporción grande	5	4,60 €	23,00 €
Café cortado	9	1,10 €	9,90 €
Café americano	4	1,20 €	4,80 €
Café expreso	8	1,00 €	8,00 €
Café con leche	30	1,20 €	36,00 €
Café cappuccino	3	1,50 €	4,50 €
Café descafeinado	32	1,10 €	35,20 €
Agua	5	1,00 €	5,00 €
Refrescos	40	1,50 €	60,00 €
Té	5	1,30 €	6,50 €
Zumos	7	1,70 €	11,90 €
Batido café	2	2,50 €	5,00 €
TOTAL AL DÍA	404	38,90 €	924,76 €
TOTAL AL MES	4848		11.097,12 €
TOTAL TRIMESTRAL			33.291,36 €
TOTAL ANUAL			122.068,32 €

XIV. MENÚ DE LOS PRODUCTOS OFERTADO

Crêpes Salados: 5,40€

- Jamón York y queso.
- Carbonara
- Salmón y queso philadelphia
- Setas con paté
- Jamón batido
- Queso Roquefort, miel y nueces
- Queso con membrillo
- Bacon y queso

Cafés:

- Expreso 1,00€
- Con leche 1,20€
- Americano 1,20€
- Cappuccino 1,50€
- Descafeinado 1,10€
- Refrescos 1,50€
- Zumos 1,70€
- Té 1,30€
- Agua 1,00€
- Batidos café 2,50€

Crêpes Dulces y Gofres: 5,40€

- Plátano, flambeado de ron y nutella
- Mermelada de arándanos y azúcar glacé
- Salsa de chocolate, fresas y nata
- Mermelada de arándanos y queso philadelphia
- Plátano, fresas y nata
- Tarta pequeña: 3,40€
- Tarta grande: 4,60€
- Churros: 0,20€

Crêpes y Gofres con ingredientes a su elección: 5,40€

- Nutella -Fresas -Jamón -Queso -Membrillo -Paté -Bacon
- Mermelada de fresa/ arándanos -Plátano -Salsa de Chocolate
- Nata -Chocolate blanco -Dulce de leche -Miel -nueces

XV. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO TRIMESTRAL

Vencimiento	Fecha	Intereses	Amortización	Cuota	Capital pendiente
0	01/01/2017				20.000,00
1	01/04/2017	203,00 €	1.157,57 €	1.360,57 €	18.842,43
2	01/07/2017	191,25 €	1.169,31 €	1.360,57 €	17.673,12
3	01/10/2017	179,38 €	1.181,18 €	1.360,57 €	16.491,94
4	01/01/2018	167,39 €	1.193,17 €	1.360,57 €	15.298,76
5	01/04/2018	155,28 €	1.205,28 €	1.360,57 €	14.093,48
6	01/07/2018	143,05 €	1.217,52 €	1.360,57 €	12.875,97
7	01/10/2018	130,69 €	1.229,87 €	1.360,57 €	11.646,09
8	01/01/2019	118,21 €	1.242,36 €	1.360,57 €	10.403,73
9	01/04/2019	105,60 €	1.254,97 €	1.360,57 €	9.148,77
10	01/07/2019	92,86 €	1.267,71 €	1.360,57 €	7.881,06
11	01/10/2019	79,99 €	1.280,57 €	1.360,57 €	6.600,49
12	01/01/2020	66,99 €	1.293,57 €	1.360,57 €	5.306,92
13	01/04/2020	53,87 €	1.306,70 €	1.360,57 €	4.000,22
14	01/07/2020	40,60 €	1.319,96 €	1.360,57 €	2.680,26
15	01/10/2020	27,20 €	1.333,36 €	1.360,57 €	1.346,89
16	01/01/2021	13,67 €	1.346,89 €	1.360,57 €	0,00
SUMAS:		1.769,04 €	20.000,00 €	21.769,04 €	

Capital:	20.000,00
Interés fijo:	4,06%
Fecha formalización:	01/01/2017
Fecha cancelación:	01/01/2021
Total Gastos:	1.919,04

XVI. FINANCIACIÓN BÁSICA

FINANCIACIÓN BÁSICA						
CONCEPTO	PARTIDA	IMPORTE	%	AÑOS	TIPOS DE INTERÉS	CUOTA TRIMESTRAL
Recursos propios	Aportación en dinero	6.500,00	23,34%			
Inmovilizado	Aportación en especie	1.500,00	5,39%			
Recursos Ajenos	Deuda Bancaria	19.850,00	71,27%	4	4,06%	1.360,57
TOTAL		27.850,00	100,00%	TOTAL ANUAL		16.326,78

XVII. CUADRO DE AMORTIZACIÓN

CUADRO DE AMORTIZACION

Página: 1

Importe del préstamo :		28.000,00	Acuerdo :	828 8280
Período amortización :		8 años	Fecha inicio al año :	12
			Fecha final :	

Nº	YTO.	FECHA	INTERES	CAPITAL REPAGADO	CAPITAL RESIDUO	CANTAL PAGADO
1	1	9/06/2017	49,50	380,50	28.000,00	430,00
2	2	9/07/2017	46,37	395,63	27.274,37	432,00
3	3	9/08/2017	43,24	410,76	26.543,61	434,00
4	4	9/09/2017	40,11	425,89	25.807,72	436,00
5	5	9/10/2017	36,98	441,02	25.066,70	438,00
6	6	9/11/2017	33,85	456,15	24.320,55	440,00
7	7	9/12/2017	30,72	471,28	23.569,27	442,00
8	8	9/01/2018	27,59	486,41	22.812,86	444,00
9	9	9/02/2018	24,46	501,54	22.051,32	446,00
10	10	9/03/2018	21,33	516,67	21.284,65	448,00
11	11	9/04/2018	18,20	531,80	20.512,85	450,00
12	12	9/05/2018	15,07	546,93	19.735,92	452,00
13	13	9/06/2018	11,94	562,06	18.953,86	454,00
14	14	9/07/2018	8,81	577,19	18.166,67	456,00
15	15	9/08/2018	5,68	592,32	17.374,35	458,00
16	16	9/09/2018	2,55	607,45	16.576,90	460,00
17	17	9/10/2018		622,58	15.774,32	462,00
18	18	9/11/2018	46,52	637,71	14.966,61	464,00
19	19	9/12/2018	42,87	652,84	14.153,77	466,00
20	20	9/01/2019	39,22	667,97	13.335,80	468,00
21	21	9/02/2019	35,57	683,10	12.512,70	470,00
22	22	9/03/2019	31,92	698,23	11.684,47	472,00
23	23	9/04/2019	28,27	713,36	10.851,11	474,00
24	24	9/05/2019	24,62	728,49	10.012,62	476,00

EL PRESENTE CUADRO DE AMORTIZACION TIENE CARACTER MERAAMENTE INFORMATIVO, NO CONSTITUYE OFERTA VINCULANTE PARA EL BANCO, NI PRESUPONE QUE ESTAMOS DISPUESTOS A CONCEDER EL PRESTAMO, EN LA CUANTIA O CONDICIONES QUE CONSTAN.

CUADRO DE AMORTIZACION

Página: 1

Importe del préstamo :		28.000,00	Acuerdo :	828 8280
Período amortización :		8 años	Fecha inicio al año :	12
			Fecha final :	

Nº	YTO.	FECHA	INTERES	CAPITAL REPAGADO	CAPITAL RESIDUO	CANTAL PAGADO
1	1	9/06/2017	49,50	380,50	28.000,00	430,00
2	2	9/07/2017	46,37	395,63	27.274,37	432,00
3	3	9/08/2017	43,24	410,76	26.543,61	434,00
4	4	9/09/2017	40,11	425,89	25.807,72	436,00
5	5	9/10/2017	36,98	441,02	25.066,70	438,00
6	6	9/11/2017	33,85	456,15	24.320,55	440,00
7	7	9/12/2017	30,72	471,28	23.569,27	442,00
8	8	9/01/2018	27,59	486,41	22.812,86	444,00
9	9	9/02/2018	24,46	501,54	22.051,32	446,00
10	10	9/03/2018	21,33	516,67	21.284,65	448,00
11	11	9/04/2018	18,20	531,80	20.512,85	450,00
12	12	9/05/2018	15,07	546,93	19.735,92	452,00
13	13	9/06/2018	11,94	562,06	18.953,86	454,00
14	14	9/07/2018	8,81	577,19	18.166,67	456,00
15	15	9/08/2018	5,68	592,32	17.374,35	458,00
16	16	9/09/2018	2,55	607,45	16.576,90	460,00
17	17	9/10/2018		622,58	15.774,32	462,00
18	18	9/11/2018	46,52	637,71	14.966,61	464,00
19	19	9/12/2018	42,87	652,84	14.153,77	466,00
20	20	9/01/2019	39,22	667,97	13.335,80	468,00
21	21	9/02/2019	35,57	683,10	12.512,70	470,00
22	22	9/03/2019	31,92	698,23	11.684,47	472,00
23	23	9/04/2019	28,27	713,36	10.851,11	474,00
24	24	9/05/2019	24,62	728,49	10.012,62	476,00

EL PRESENTE CUADRO DE AMORTIZACION TIENE CARACTER MERAAMENTE INFORMATIVO, NO CONSTITUYE OFERTA VINCULANTE PARA EL BANCO, NI PRESUPONE QUE ESTAMOS DISPUESTOS A CONCEDER EL PRESTAMO, EN LA CUANTIA O CONDICIONES QUE CONSTAN.

Fuente: Banco Santander

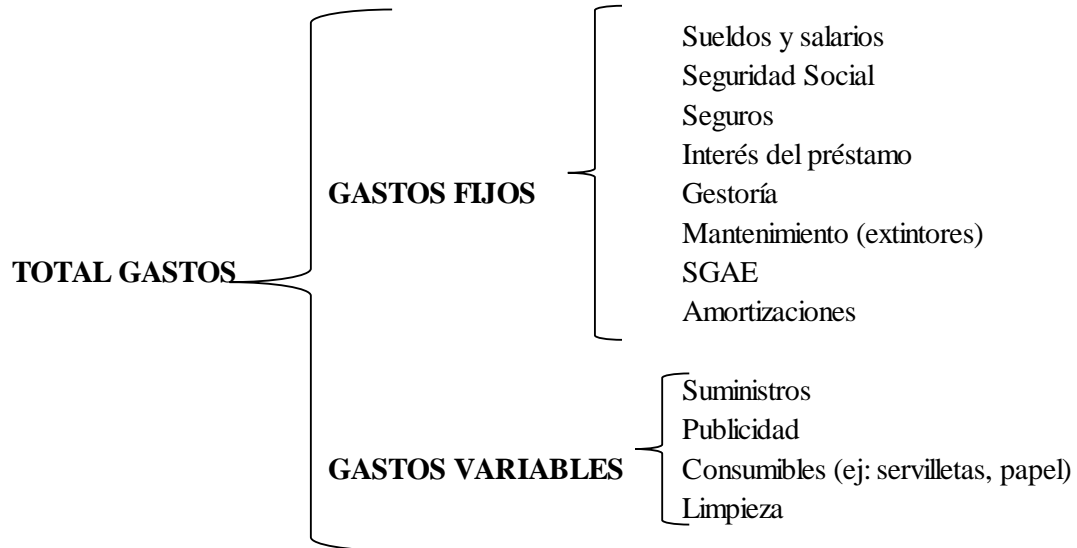
XVIII. GASTOS DE LA ACTIVIDAD

GASTOS PERIÓDICOS DE LA ACTIVIDAD																
CONCEPTO	TIPO	IMPORTE	CON VENCIMIENTO EN:												TOTAL	%
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Alquiler del local	Alquileres	1.750,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	21.000,00 €	25,73%
Sueldo del empresario	Personal	1.000,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12.000,00 €	14,70%
Cuota de autónomo	Seguridad Social	283,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3.396,00 €	4,16%
Trabajador a media jornada	Personal	1.931,67 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7.200,00 €	8,82%
Wifi	Suministros	150 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1.800 €	2,21%
Cuota préstamo	Deuda Bancaria	1.356,36 €			✓			✓		✓			✓		5.425,44 €	6,65%
Primas y seguros (anual)	Seguros	1.000,00 €	✓												1.000,00 €	1,23%
Consumo electricidad	Suministros	2.000,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	24.000,00 €	29,41%
Consumo agua y saneamiento	Suministros	300,00 €		✓		✓		✓		✓		✓	✓		1.800,00 €	2,21%
Consumo teléfono	Suministros	70,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	840,00 €	1,03%
Consumibles (ej: servilletas, papel)	Otros	80,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	480,00 €	0,59%
Limpieza Mensual	Otros	36,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	432,00 €	0,53%
Gestoría mensual	Servicios exteriores	100,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1.200,00 €	1,47%
TPV	Servicios exteriores	6,28 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	75,36 €	0,09%
Mantenimiento (extintores)	Otros	600,00 €											✓	✓	600,00 €	0,74%
SGAE	Otros	30,00 €	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	360,00 €	0,44%
Compensación IVA soportado	si															
TOTAL GASTOS												81.608,80 €	100,00%			

XIX. INGRESOS DE LA ACTIVIDAD

INGRESOS POTENCIALES							
	Horario	Duración/cliente	Turnos	Comensales potenciales diarios	Precio	Ingresos diarios	
						Día entre semana	Día fin de semana
Desayunos	9-11 horas	30 minutos	4	128	2,2	296	296
Comidas	12-16 horas	1-1'30 horas	3	96	8	768	1152
Merienda/cena	19-23 horas	1-1'30 horas	3	96	8	768	1152
Número total de comensales	8 mesas* 4 sillas		32	Comensales	TOTALES	1832	2600
						Ingresos Semanales	12.528,00
						Ingresos Mensuales	50.112,00
						Ingresos Anuales	551.232,00

XX. PUNTO MUERTO



VENTAS PROMEDIO MENSUAL:	10.172,3600
GASTOS FIJOS	3.286,7065
GASTOS VARIABLES	2.446,5233
COSTES VARIABLES VENTA	24%
PUNTO DE EQUILIBRIO	4382,27536

XXI. ESCENARIOS DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. INVERSOR

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total Costes de materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total margen bruto		83.642,39 €	95.234,41 €	108.037,27 €	136.943,16 €
Suecos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Interés del préstamo		741,03 €	547,23 €	345,45 €	135,34 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		68.798,76 €	70.357,69 €	81.251,78 €	87.806,84 €
Resultados antes de impuestos		14.843,63 €	24.876,71 €	26.785,49 €	49.136,31 €
IRPF		2.671,85 €	4.477,81 €	4.821,39 €	8.844,54 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		17.521,78 €	20.398,91 €	21.964,10 €	40.291,78 €
Resultado acumulado		17.521,78 €	37.920,68 €	59.884,79 €	100.176,56 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		14.843,63 €	24.876,71 €	26.785,49 €	49.136,31 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-2.671,85 €	-4.477,81 €	-4.821,39 €	-8.844,54 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	8.263,35 €	21.840,48 €	23.405,68 €	41.733,35 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Préstamo	20.000,00 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-16.281,85 €	2.837,91 €	16.415,04 €	17.980,24 €	42.349,27 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-16.281,85 €	2.837,91 €	16.415,04 €	17.980,24 €	42.349,27 €	63.300,60 €
Flujo neto actualizado del inversor	-16.281,85 €		71.139,09 €			54.857,24 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-16.281,85 €	2.837,91 €	16.415,04 €	17.980,24 €	42.349,27 €	63.300,60 €
TIR inversor	69%					

Menor cifra de ventas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		91.551,24 €	100.706,36 €	110.777,00 €	132.932,40 €
Totales de ingresos		91.551,24 €	100.706,36 €	110.777,00 €	132.932,40 €
Costes materias primas		28.819,45 €	29.280,56 €	29.749,05 €	30.225,03 €
Total Costes de materias primas		28.819,45 €	29.280,56 €	29.749,05 €	30.225,03 €
Total margen bruto		62.731,79 €	71.425,80 €	81.027,95 €	102.707,37 €
Sueldos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		21.334,71 €	22.614,79 €	23.971,68 €	25.409,98 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Interés del préstamo		741,03 €	547,23 €	345,45 €	135,34 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Limpieza		388,80 €	395,02 €	401,34 €	407,76 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		61.523,99 €	62.653,62 €	73.092,75 €	79.165,69 €
Resultados antes de impuestos		1.207,80 €	8.772,19 €	7.935,20 €	23.541,68 €
IRPF		217,40 €	1.578,99 €	1.428,34 €	4.237,50 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		6.340,40 €	7.193,19 €	6.506,86 €	19.304,18 €
Resultado acumulado		6.340,40 €	13.533,59 €	20.040,46 €	39.344,63 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		1.207,80 €	8.772,19 €	7.935,20 €	23.541,68 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-217,40 €	-1.578,99 €	-1.428,34 €	-4.237,50 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-2.918,03 €	8.634,77 €	7.948,44 €	20.745,75 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Préstamo	20.000,00 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-16.281,85 €	-8.343,47 €	3.209,33 €	2.523,00 €	21.361,67 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-16.281,85 €	-8.343,47 €	3.209,33 €	2.523,00 €	21.361,67 €	2.468,67 €
Flujo neto actualizado del inversor	-16.281,85 €			15.808,93 €		-472,92 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-16.281,85 €	-8.343,47 €	3.209,33 €	2.523,00 €	21.361,67 €	2.468,67 €
TIR inversor	3%					

Contratación de un empleado más

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total Costes de materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total margen bruto		83.642,39 €	95.234,41 €	108.037,27 €	136.943,16 €
Sueldos y salarios		50.420,08 €	50.420,08 €	59.660,08 €	64.460,08 €
Seguridad Social		2.785,68 €	2.785,68 €	2.785,68 €	2.785,68 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Interés del préstamo		741,03 €	547,23 €	345,45 €	135,34 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		87.906,64 €	89.465,57 €	100.359,66 €	106.914,72 €
Resultados antes de impuestos		-4.264,25 €	5.768,83 €	7.677,61 €	30.028,43 €
IRPF		-767,56 €	1.038,39 €	1.381,97 €	5.405,12 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		1.853,32 €	4.730,44 €	6.295,64 €	24.623,31 €
Resultado acumulado		1.853,32 €	6.583,76 €	12.879,40 €	37.502,72 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		-4.264,25 €	5.768,83 €	7.677,61 €	30.028,43 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		767,56 €	-1.038,39 €	-1.381,97 €	-5.405,12 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-7.405,11 €	6.172,02 €	7.737,21 €	26.064,89 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Préstamo	20.000,00 €	-5.442,26 €	-5.442,26 €	-5.442,26 €	-5.442,26 €
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-16.281,85 €	-12.847,37 €	729,76 €	2.294,95 €	26.663,99 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-16.281,85 €	-12.847,37 €	729,76 €	2.294,95 €	26.663,99 €	559,47 €
Flujo neto actualizado del inversor	-16.281,85 €		13.555,73 €			-2.726,12 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-16.281,85 €	-12.847,37 €	729,76 €	2.294,95 €	26.663,99 €	559,47 €
TIR inversor	1%					

Mayor coste de aprovisionamiento

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		49.953,71 €	50.752,97 €	51.565,02 €	52.390,06 €
Total Costes de materias primas		49.953,71 €	50.752,97 €	51.565,02 €	52.390,06 €
Total margen bruto		72.114,61 €	83.522,18 €	96.137,65 €	124.853,14 €
Sueldos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Interés del préstamo		741,03 €	547,23 €	345,45 €	135,34 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		68.798,76 €	70.357,69 €	81.251,78 €	87.806,84 €
Resultados antes de impuestos		3.315,85 €	13.164,49 €	14.885,87 €	37.046,30 €
IRPF		596,85 €	2.369,61 €	2.679,46 €	6.668,33 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		8.069,00 €	10.794,88 €	12.206,42 €	30.377,97 €
Resultado acumulado		8.069,00 €	18.863,88 €	31.070,29 €	61.448,26 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		3.315,85 €	13.164,49 €	14.885,87 €	37.046,30 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-596,85 €	-2.369,61 €	-2.679,46 €	-6.668,33 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-1.189,43 €	12.236,45 €	13.647,99 €	31.819,54 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Préstamo	20.000,00 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €	-5.425,44 €
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-16.281,85 €	-6.614,87 €	6.811,01 €	8.222,55 €	32.435,46 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-16.281,85 €	-6.614,87 €	6.811,01 €	8.222,55 €	32.435,46 €	24.572,30 €
Flujo neto actualizado del inversor	-16.281,85 €		35.618,93 €			19.337,08 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-16.281,85 €	-6.614,87 €	6.811,01 €	8.222,55 €	32.435,46 €	24.572,30 €
TIR inversor	26%					

XXII. ESCENARIOS DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. PROYECTO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total Costes de materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total margen bruto		83.642,39 €	95.234,41 €	108.037,27 €	136.943,16 €
Sueldos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		68.057,73 €	69.810,46 €	80.906,33 €	87.671,50 €
Resultados antes de impuestos		15.584,66 €	25.423,94 €	27.130,94 €	49.271,66 €
IRPF		2.805,24 €	4.576,31 €	4.883,57 €	8.868,90 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		18.129,42 €	20.847,63 €	22.247,37 €	40.402,76 €
Resultado acumulado		18.129,42 €	38.977,05 €	61.224,42 €	101.627,18 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		15.584,66 €	25.423,94 €	27.130,94 €	49.271,66 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-2.805,24 €	-4.576,31 €	-4.883,57 €	-8.868,90 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	8.870,99 €	22.289,21 €	23.688,94 €	41.844,33 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-36.281,85 €	8.870,99 €	22.289,21 €	23.688,94 €	47.885,69 €

Periodo	VAN					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	TOTAL
Flujo neto	-36.281,85 €	8.870,99 €	22.289,21 €	23.688,94 €	47.885,69 €	66.452,98 €
Flujo neto actualizado del proyecto	-36.281,85 €					56.134,79 €

Periodo	TIR					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	TOTAL
Cash flow neto	-36.281,85 €	8.870,99 €	22.289,21 €	23.688,94 €	47.885,69 €	66.452,98 €
TIR proyecto	44%					

Menor cifra de ventas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		91.551,24 €	100.706,36 €	110.777,00 €	132.932,40 €
Totales de ingresos		91.551,24 €	100.706,36 €	110.777,00 €	132.932,40 €
Costes materias primas		28.819,45 €	29.280,56 €	29.749,05 €	30.225,03 €
Total Costes de materias primas		28.819,45 €	29.280,56 €	29.749,05 €	30.225,03 €
Total margen bruto		62.731,79 €	71.425,80 €	81.027,95 €	102.707,37 €
Sueldos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		21.334,71 €	22.614,79 €	23.971,68 €	25.409,98 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Limpieza		388,80 €	395,02 €	401,34 €	407,76 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		60.782,96 €	62.106,39 €	72.747,31 €	79.030,35 €
Resultados antes de impuestos		1.948,83 €	9.319,42 €	8.280,64 €	23.677,02 €
IRPF		350,79 €	1.677,50 €	1.490,52 €	4.261,86 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		6.948,04 €	7.641,92 €	6.790,13 €	19.415,16 €
Resultado acumulado		6.948,04 €	14.589,96 €	21.380,09 €	40.795,25 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		1.948,83 €	9.319,42 €	8.280,64 €	23.677,02 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-350,79 €	-1.677,50 €	-1.490,52 €	-4.261,86 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-2.310,39 €	9.083,50 €	8.231,70 €	20.856,73 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-36.281,85 €	-2.310,39 €	9.083,50 €	8.231,70 €	26.898,09 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-36.281,85 €	-2.310,39 €	9.083,50 €	8.231,70 €	26.898,09 €	5.621,05 €
Flujo neto actualizado del proyecto	-36.281,85 €					803,46 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-36.281,85 €	-2.310,39 €	9.083,50 €	8.231,70 €	26.898,09 €	5.621,05 €
TIR proyecto	4%					

Contratación de un empleado más

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total Costes de materias primas		38.425,93 €	39.040,75 €	39.665,40 €	40.300,04 €
Total margen bruto		83.642,39 €	95.234,41 €	108.037,27 €	136.943,16 €
Sueldos y salarios		50.420,08 €	50.420,08 €	59.660,08 €	64.460,08 €
Seguridad Social		2.785,68 €	2.785,68 €	2.785,68 €	2.785,68 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		87.165,61 €	88.918,34 €	100.014,21 €	106.779,38 €
Resultados antes de impuestos		-3.523,22 €	6.316,06 €	8.023,06 €	30.163,78 €
IRPF		-634,18 €	1.136,89 €	1.444,15 €	5.429,48 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		2.460,96 €	5.179,17 €	6.578,91 €	24.734,30 €
Resultado acumulado		2.460,96 €	7.640,13 €	14.219,04 €	38.953,33 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		-3.523,22 €	6.316,06 €	8.023,06 €	30.163,78 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		634,18 €	-1.136,89 €	-1.444,15 €	-5.429,48 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-6.797,47 €	6.620,75 €	8.020,48 €	26.175,87 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-36.281,85 €	-6.797,47 €	6.620,75 €	8.020,48 €	32.217,23 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-36.281,85 €	-6.797,47 €	6.620,75 €	8.020,48 €	32.217,23 €	3.779,13 €
Flujo neto actualizado del proyecto	-36.281,85 €		34.893,93 €			-1.387,92 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-36.281,85 €	-6.797,47 €	6.620,75 €	8.020,48 €	32.217,23 €	3.779,13 €
TIR proyecto	3%					

Mayor coste de aprovisionamiento

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Totales de ingresos		122.068,32 €	134.275,15 €	147.702,67 €	177.243,20 €
Costes materias primas		49.953,71 €	50.752,97 €	51.565,02 €	52.390,06 €
Total Costes de materias primas		49.953,71 €	50.752,97 €	51.565,02 €	52.390,06 €
Total margen bruto		72.114,61 €	83.522,18 €	96.137,65 €	124.853,14 €
Sueldos y salarios		32.590,04 €	32.590,04 €	41.830,04 €	46.630,04 €
Seguridad Social		1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €	1.507,84 €
Suministros		28.446,28 €	30.153,06 €	31.962,24 €	33.879,97 €
Seguros		1.000,00 €	1.016,00 €	1.032,26 €	1.048,77 €
Publicidad		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gestoría		1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Mantenimiento (extintores)		600,00 €	609,60 €	619,35 €	629,26 €
Consumibles (ej: servilletas, papel)		480,00 €	487,68 €	495,48 €	503,41 €
Limpieza		432,00 €	438,91 €	445,93 €	453,07 €
SGAE		360,00 €	365,76 €	371,61 €	377,56 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
Total gastos		68.057,73 €	69.810,46 €	80.906,33 €	87.671,50 €
Resultados antes de impuestos		4.056,88 €	13.711,72 €	15.231,32 €	37.181,64 €
IRPF		730,24 €	2.468,11 €	2.741,64 €	6.692,70 €
Subvención		5.350,00 €			
Resultados después de impuestos		8.676,64 €	11.243,61 €	12.489,68 €	30.488,95 €
Resultado acumulado		8.676,64 €	19.920,25 €	32.409,93 €	62.898,88 €
Inversión inicial	-29.781,85 €				
Resultado antes de impuestos		4.056,88 €	13.711,72 €	15.231,32 €	37.181,64 €
Amortizaciones		1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €	1.441,57 €
IRPF		-730,24 €	-2.468,11 €	-2.741,64 €	-6.692,70 €
Subvención		-5.350,00 €			
Cash Flow bruto	-29.781,85 €	-581,79 €	12.685,18 €	13.931,25 €	31.930,52 €
Inversión capital circulante	-6.500,00 €				
Valor enajenación inmovilizado					6.041,36 €
Cash flow neto	-36.281,85 €	-581,79 €	12.685,18 €	13.931,25 €	37.971,88 €

Periodo	VAN					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto	-36.281,85 €	-581,79 €	12.685,18 €	13.931,25 €	37.971,88 €	27.724,68 €
Flujo neto actualizado del proyecto	-36.281,85 €		56.895,80 €			20.613,95 €

Periodo	TIR					TOTAL
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Cash flow neto	-36.281,85 €	-581,79 €	12.685,18 €	13.931,25 €	37.971,88 €	27.724,68 €
TIR proyecto	18%					

	VAN	TIR
INVERSOR	54.857,24 €	69%
PROYECTO	56.134,79 €	44%

	VAN		TIR	
	Inversor	Proyecto	Inversor	Proyecto
Primer escenario: Menores ventas	-534,67 €	803,46 €	3%	4%
Segundo escenario: Más empleados	-2.726,12 €	-1.387,92 €	1%	3%
Tercer escenario: Mayores costes de mmpp	19.275,33 €	20.613,95 €	25%	18%