



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

TRABAJO FINAL DE GRADO

CREACIÓN DE UN PLAN DE EMPRESA DE ÓPTICA EN ROSAS

VANYA SOPADZHIYAN

DIRECTOR Y TUTOR: Ramón Casabona Fina
DEPARTAMENTO: Economía y gestión de empresas

28 de junio del 2013



GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA

El Sr./Sra. RAMÓN CASABONA FINA, com a tutor/a i director/a del treball,

CERTIFIQUEN

Que el Sr./Sra. VANYA SOPADZHIYAN ha realitzat sota la seva supervisió el treball "Creació d'un pla d'empresa d'òptica a Roses" que es recull en aquesta memòria per optar al títol de grau en Òptica i Optometria.

I per a què consti, signo/em aquest certificat.



Sr/Sra. Ramon Casabona
Tutor/a del treball



Sr/Sra. Ramon Casabona
Director/a del treball

Terrassa, 10 de juny de 2013.



AGRADECIMIENTOS

Después de un largo camino de cuatro años, ha llegado el momento de despedirme de la universidad, aunque solo formalmente porque este lugar siempre quedará en mi mente y corazón.

Agradezco a los profesores el conocimiento que me han aportado a lo largo de los estudios.

Especialmente agradezco a mi profesor y director de este trabajo, Ramón Casabona, la ayuda que me prestó para la elaboración de este proyecto.

Agradezco a los compañeros de clase y a todos mis amigos el apoyo moral que me han dado durante estos años en la facultad de óptica y optometría.

Finalmente, agradezco a mi madre Elena, a mis abuelos Ivanka y Nikola y a toda mi familia por el esfuerzo que han hecho en criarme, educarme y apoyarme con todo en mí vida.

¡Gracias!

Cordialmente,

Vanya Sopadzhyan

Terrassa, 14 de junio del 2013.



GRADO EN ÓPTICA I OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN PLAN DE EMPRESA DE ÓPTICA EN ROSAS

RESÚMEN

Este trabajo final de grado está basado sobre un tema relacionado con la creación de una empresa con actividad sanitaria y comercial en una población pequeña del territorio catalán.

El objetivo es abrir un establecimiento óptico – optométrico en Rosas (provincia Gerona). Previamente se realizará un estudio del mercado del sector óptica a nivel local y a partir de allí se sacarán conclusiones de cómo definir los objetivos y estrategias del nuevo centro cuyo nombre sería óptica “*Vista Roses*”.

Para la elaboración de este proyecto se han seguido unas pautas que se basan en hacer un plan de marketing, definir la organización y gestión de la empresa, su forma jurídica y las obligaciones fiscales que tendría, y por último hacer un plan económico – financiero donde quedará reflejado el presupuesto de obertura y algunos documentos contables que muestran el rendimiento de la empresa a lo largo de los tres primeros años.

Finalmente se sacarán conclusiones enfocados en la factibilidad de la creación de esta empresa basándose en todos los apartados analizados previamente.



GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA

CREACIÓ D'UN PLA D'EMPRESA D'ÒPTICA A ROSES

RESUM

Aquest treball final de grau està basat sobre un tema relacionat amb la creació d'una empresa amb activitat sanitària i comercial en una població petita del territori català.

L'objectiu és obrir un establiment òptic - optomètric a Roses (província Girona). Prèviament es realitzarà un estudi del mercat del sector òptica a nivell local i a partir d'allí es trauran conclusions de com definir els objectius i estratègies del nou centre el nom del qual seria òptica "*Vista Roses*".

Per a l'elaboració d'aquest projecte s'han seguit unes pautes que es basen en fer un pla de màrqueting, definir l'organització i gestió de l'empresa, la seva forma jurídica i les obligacions fiscals que tindria, i finalment fer un pla econòmic - financer on quedarà reflectit el pressupost d'obertura i alguns documents comptables que mostren el rendiment de l'empresa al llarg dels tres primers anys.

Finalment es trauran conclusions enfocats en la factibilitat de la creació d'aquesta empresa basant-se en tots els apartats analitzats prèviament.



DEGREE IN OPTICS AND OPTOMETRY

CREATING A BUSINESS PLAN OF OPTICAL CENTER IN ROSES

SUMMARY

The final degree project is based on a topic related to the creation of a company with health and commercial activity in a small population of Catalonia.

The goal is to open an establishment optical - optometric in Rosas (Gerona province). Previously conduct a study of the optical industry market locally and from there will draw conclusions on how to define the objectives and strategies of the new center which name would be optical center "*Vista Roses*".

For the development of this project we have followed some guidelines that are based on making a marketing plan, define the organization and management of the company, legal form and tax liabilities that would, and finally to an economic plan - Financial where budget will reflect the overture and some accounting documents showing the company's performance over the first three years.

Finally we draw conclusions focused on the feasibility of the creation of this company based on all sections previously analyzed.

ABSTRACT

We are in the final year of the university and our final obligation is to submit a project called final degree whose theme chose us.

The fact of my optics and optometry study, and working in an optical centre, I went to choose a topic related to the creation of a business plan related to optometric and commercial activity. Also, I feel motivated to have my own business and be an entrepreneur. The contributions of the tutor and director of this project (Mr. Ramon Casabona Fine, professor in the Department of Management at the Polytechnic University of Catalonia) have also been of great importance in the choice of subject.

I have 23 years and consider myself an ambitious and creative person, able to carry out a business project with health and commercial activity. My residence is in Roses, a town on the Mediterranean coast in the province of Gerona, and I have focused the business plan in this population.

To get a general idea of the current market situation in the optical sector may be considered by population nonexistence sufficient optical centers in Roses. The population is about twenty thousand inhabitants not counting the tourist population in times of summer that can reach twice. Currently there are four optic centers and two of them are from the same company. The variety in terms of product offering is quite limited and this is one of the main reasons that people are looking for alternatives solutions in the nearest cities (Figueras, Gerona, etc.) Another reason for displacement is the high prices that existing optical offer. In the marketing section of the project, there is a comparative study of the characteristics of our optic "Vista Roses" and the optics of the competition. We compared the products and services offered, the sales price, staff hired and the position of the company on the market.

For the preparation of a business plan, you need to define in detail all sections: plan of marketing, plan of organization and management, legal aspects - fiscal and economic plan. From there, draw conclusions and see if you have done enough and necessary for the creation of the company.

The business or marketing side will be the first to be defined. The script to be followed is as follows: business definition, market definition, competitive analysis, product definition and service, price determination and comparison with the competition, distribution, promotion and advertising and annual sales forecast.

The company that will be created will have two main areas:



- Health sector: optometric consultations, contact lens reviews, conducting visual therapy.
- Commercial Sector: Sale of products: prescription glasses, sunglasses, contact lenses and related maintenance fluids.

One of the company's business strategies is to establish competitive prices stand out from the competition. But at the same time, offer products of equal or better quality and variety available on brands. We will work with the best suppliers of glasses such as *Luxottica*, *Sáfilo* and *Silhouette*. In contact lenses and maintenance fluids: *Ciba Vision*, *Bausch & Lomb*, *Conóptica*, and *Prats* ophthalmic lenses. The choice of suppliers was based on several aspects: product quality, cost price and speed of delivery.

To sponsor the company, we advertise the local television, newspapers and advertising leaflets. Along with the opening (July 1, 2013) start with launch promotions on glasses and contact lenses, a way to attract new customers. Throughout the first year we will do also promotions of different brands and categories. We will intent to improve the conditions of promotions compared to the competition.

The second section will discuss the project's organization system of the company and their goals and strategies.

The operation of the company will carry out three people: one optician - optometrist, one commercial sale and one person with double function: optician - optometrist and commercial. To position the company in the current market, we have made an internal and external analysis in marketing context is called SWOT analysis. It has been done in table form and represents the strengths, weaknesses, opportunities and treats for the company at the time of its opening.

Setting goals is essential to the success of a company, they set a course to follow and serve as a source of motivation for all members of the company. They can be classified in various ways, but in this plan we determined the objectives in the short, medium and long term. For that the business grows and has benefits in the future, ideally they fulfill the objectives in the form of scale: first short term to reach the long term.

The staff at the store, as we have said, will consist of three people. Two of them will be the owners and partners of the company and the third person will be an optician - optometrist who will be hired as an employee.

The decisive power of the company will be in the hands of society, in this case there are two partners with different parties to the initial capital contribution.

The directors of the company will be those who will be responsible for managing the tasks of planning, management, organization and control of the activities of the company. In our company, they not only perform management tasks, but also do real work in optics (sold, make optometric reviews, etc.) The roles of managers can be classified as: interpersonal, informational and decisional.

The third section of the project is its legal - tax is taken into account for the creation of the business. To choose the legal form we have considered the following: the company's business, if managed by natural or legal persons who can assume responsibility partners, initial capital account and tax liabilities.

After analyzing all the points mentioned above, it was decided that the legal form of the company is as follows:

- Limited Company (SL) with a commercial character whose capital is composed of the contributions of partners and divided according to the amount contributed.
- The minimum capital to start the business is € 3005.6 and must be fully paid.
- The liability of each member is determined by the capital.
- Taxes are required to pay corporate income tax and VAT.

This legal form has advantages and disadvantages which will be described in more detail in the corresponding section of this business plan.

The list with all the necessary documentation for business overture is taken from the rules of young entrepreneurs and could refer to appendices section.

Under the heading of corporate responsibilities have to take into account mandatory and optional insurance that the company hired in order to start commercial activity.

The last part of the work is the economic plan. To initiate a trade, it is necessary to provide the amount of money you will need to launch the company. This is going to make initial investment plan that will determine the amount of seed to be to provide the partners to fund the business. In this case, it was



calculated that to launch the company, are needed around 100.000 €, which will be provided by the company's own resources and in the following way: 60% of the capital (Mrs. V.S.) and 40% of the capital (Mr. D.M.) To provide for unforeseen expenses, it was decided to provide an amount slightly greater than necessary, and finally determined an initial capital will be approximately 107.000 €.

The company policy will determine a payment system to customers and payment system to providers. This should be taken into account later in the income statement in the cash plan and in the balance sheet. The three documents are attached in the annexes of the project.

The results obtained in the consolidated results indicate that at the end of the first year the company billed revenues of around € 43.000. However, the first month will have significant losses but this will be offset in subsequent months. The second and third year, profits increase and annual results are expected between 52.000 – 56.000 €.

The liquidity plan shows that during the company's business, the movement of money between receipts and payments not remain in negative which means that the company covers all payments it earns and the initial capital is sufficient to avoid ask any bank loan for at least the first year.

The balance sheet is a check on the status of the company at a particular time, in this case the end of the first, second and third year. It is an accounting document showing the assets of the company, showing the profits or losses at year-end.

After analyzing all the sections of the business plan, we can say that the creation of a company with these characteristics in Roses is entirely feasible. Indeed, you can't be sured that the company is going to develop the way we planned, but all studies are goals so the results could become so well.



ÍNDICE

PÁGINA:

0.	<u>INTRODUCCIÓN</u>	12
1.	<u>PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA</u>	13
2.	<u>ÁREA DE MARKETING</u>	15
	2.1. Descripción de la empresa.....	15
	2.2. Definición del mercado.....	16
	2.3. Análisis de la competencia.....	17
	2.4. Definición del producto y Servicio.....	21
	2.5. Determinación del precio de venta y su comparación con la competencia.....	26
	2.6. Distribución.....	28
	2.7. Promoción y publicidad.....	30
	2.8. Previsiones de ventas.....	32
3.	<u>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</u>	34
	3.1. Análisis estratégica y definición de objetivos.....	35
	3.2. Organización funcional de la empresa.....	36
	3.3. Control de gestión.....	38
4.	<u>ÁREA JURÍDICO – FISCAL</u>	39
	4.1. Determinación de la forma jurídica.....	39
	4.2. Aspectos laborables.....	40
	4.3. Obligaciones ficales propias de la actividad.....	40
	4.4. Permisos, licencias y documentación oficial.....	41
	4.5. Cobertura de responsabilidades.....	41
5.	<u>ÁREA ECONÓMICO – FINANCIERA</u>	42
	5.1. Plan de Inversiones iniciales.....	42
	5.2. Plan de financiación.....	46
	5.3. Sistema de cobrar a los clientes.....	47
	5.4. Siestama de pago a los proveedores.....	47
	5.5. Cuenta de resultados.....	48
	5.6. Plan de tesorería.....	54
	5.7. Balance de situación.....	55
	5.8. Resultados.....	55
6.	<u>CONCLUSIONES</u>	56
7.	<u>BIBLIOGRAFIA</u>	58
8.	<u>ANEXOS</u>	59



0. INTRODUCCIÓ

Este trabajo pretende analizar las áreas que intervienen en la creación de un plan de empresa. Como documento oficial, puede ser útil a todas aquellas personas o colectivos que quieren poner en marcha una actividad empresarial. Para poder alcanzar el éxito, es importante hacerlo con rigor, eficacia y unos mínimos de coherencia.

El plan de empresa que se ha elaborado está basado en un establecimiento óptico – optométrico situado en Rosas (provincia Gerona). En la realización del plan se ha implicado una sola persona, aunque la idea es que la empresa sea dirigida por dos socios.

La elección del tema fue inspirado por la propia motivación de la autora (Yo, Vanya Sopadzhiyan) a ser empresaria y tener negocio propio. Soy una persona joven, emprendedora y me considero capaz de llevar a cabo un proyecto empresarial con actividad sanitaria y comercial.

Lo que se pretende conseguir con este trabajo es seguir las pautas de plan de empresa y finalmente valorar si es factible empezar con este negocio. Las áreas que se van a tratar son las siguientes: plan de marketing, plan de organización y gestión, aspectos jurídico – fiscales, y plan económico – financiero.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

ÒPTICA VISTA ROSES

La empresa: Óptica “Vista Roses”

Forma jurídica: Sociedad limitada formada por dos socios.

Misión de la empresa: Ofrecer variedad en los artículos de venta (gafas, LC, líquidos de mantenimiento) a un precio más bajo que la competencia y sin desprestigiar la calidad del producto. Proponer un servicio óptico especializado en tres departamentos: Optometría, Contactología y Terapia visual.

Visión de la empresa: El futuro deseado de la empresa es satisfacer a la gente de Rosas prestandoles un buen servicio de profesionales y ofreciendo productos de calidad a precio inferior que la competencia. El objetivo de la empresa es posicionarse a un nivel alto en el mercado actual de Rosas.

El sector de actividad: Microempresa local, privada y del sector terciario.

La competencia:

- **Multiópticas Rosas:** Franquicia de nivel nacional que en Rosas tiene dos establecimientos ópticos. Es la principal competencia. Su antigüedad es de alrededor de 30 años.
- **Óptica Font:** Empresa privada (microempresa) relativamente pequeña y podríamos decir que poco conocida en el pueblo. Su antigüedad es de alrededor de 15-20 años.
- **Opticalia:** Franquicia de nivel nacional. Dispone de una óptica en Rosas desde febrero del 2013.

Mercado objetivo: El mercado hacia dónde van dirigidos nuestros servicio y productos es sobre todo a nivel local, Rosas. Incluyendo tanto la propia población, como el turismo de verano.



Plan de marketing y ventas: Descripción de los productos y servicios que va a ofrecer la empresa:

- **Productos:** Gafas graduadas, Gafas de sol, Lentes de contacto y los correspondientes líquidos y sistemas de mantenimiento.
- **Servicios:** Visitas optométricas, Visitas contactológicas, Terapia visual.
- **Estrategia de precios:** Sería una de las principales estrategias que se van a aplicar en el desarrollo de la empresa: hacer precios competitivos para afrontarse a la competencia.
- **Técnicas de comunicación:** Televisión local (Tele Roses), prensa de la comarca, folletos publicitarios, etc. Su objetivo es patrocinar la empresa para captar nuevos clientes.

Plan de organización y gestión:

- **Localización de la empresa:** calle Francesc Macià nº 6 bajos, Rosas CP: 17480. El local es de 80m² y está dividido en 4 partes: sala de venta y entregas, gabinete optométrico, taller/vestuario para el personal y un lavabo.
- **Recursos humanos:** El personal de la empresa estará formado por tres personas: un óptico – optometrista, un comercial de ventas y una persona con doble cargo: óptico – optometrista y comercial. Se valoraría muy positivamente que el personal domine el idioma francés y/o alemán por el turismo en Rosas en la temporada de verano.

Plan financiero: La inversión inicial que requiere este negocio para ponerse en marcha es de aproximadamente 100.000€.

- **Fuentes de financiación:** Recursos propios de la sociedad. La financiación estará repartida en partes desproporcionales entre los dos socios de la empresa. Uno de ellos aportará 60% del capital y el otro el 40%.

Resultados esperados:

- **A corto plazo:** Penetrar en el mercado lo más rápido posible, mediante promociones de lanzamiento, descuentos fijos y publicidad.
- **A largo plazo:** Posicionar la empresa a un nivel alto dentro de la región de Rosas, y obtener beneficios anuales en todos los departamentos.



2. ÀREA DE MARKETING

2.1. Descripción del negocio

La empresa que vamos a crear, pertenece a dos sectores: sanitario y comercial. La parte sanitaria de nuestra óptica engloba los servicios enfocados a los clientes:

- Optometría
- Contactología
- Terapia visual

La parte comercial del negocio consiste en la venta de los artículos correspondientes a cada apartado mencionado anteriormente incluyendo también la venta de los elementos de protección solar (gafas de sol, lentes especiales).

La creación de este plan de empresa está inspirado en la necesidad de un establecimiento de este sector en la población elegida (Rosas, provincia Gerona). Lo consideramos necesario ya que actualmente en Rosas hay tan solo cuatro ópticas y por número de habitantes (aproximadamente 20 mil) y contando con la temporada de verano vemos oportuno crear este negocio. Una de nuestras metas es hacer que la gente del pueblo esté satisfecha tanto con los servicios como con los productos que les vamos a ofrecer y de esta manera conseguir que la población no tenga que desplazarse a otras ciudades cercanas para revisar su salud visual y comprar sus gafas, lentes de contacto, etc.

Por otra parte, creemos que podemos aportar novedades al mercado o simplemente variedad en los servicios y/o productos de venta. Esto nos podría diferenciar de las empresas ya existentes del mismo sector.

Teniendo en cuenta que hoy en día, la gente busca productos y servicios con presupuesto ajustado, óptica "Vista Roses" apostará en ofrecer un servicio optométrico especializado y productos de calidad a un precio razonable.

2.2. Definición del mercado

La localización geográfica del negocio es en Rosas, en la calle Francesc Macià número 6. Elegimos Rosas ya que es nuestro pueblo de residencia, donde crecimos y por supuesto tenemos muchos contactos amistosos. El hecho de que nos conocen en el pueblo es de suma importancia para tener un negocio. Muchas veces la costumbre de la gente de allí es ir a comprar en los sitios donde conocen la persona que les atiende, cosa que les hará confiar más en nosotros.

El lugar elegido, es un sitio por donde pasa mucha gente tanto durante la temporada de verano como durante todo el año. En la misma calle a unos 50 metros se ubica una de las ópticas de competencia, *Multiópticas Rosas*. La cercanía entre dos negocios de la misma branca es un factor bueno ya que el cliente puede desplazarse fácilmente de un sitio a otro y comparar ofertas y precios. Nuestro objetivo obviamente es mejorar la oferta de la competencia para tal de captar parte de sus clientes.

El estado actual del mercado de óptica en Rosas está repartido en cuatro centros, dos de los cuales son la misma empresa con lo cual ofrecen el mismo producto y servicio (en el apartado análisis de la competencia, se explicarán más detalladamente las características de las empresas de competencia).

Si queremos hacer una descripción orientativa del cliente potencial de nuestra óptica, lo haríamos de la siguiente manera:

- **Población local:** gente del pueblo que necesita un control visual y/o requiere una compensación óptica (gafas o lentes de contacto) o protección solar (gafas de sol).
- **Población turística:** En los meses de mayo a septiembre, en Rosas, es la temporada de verano. En esta época vienen muchos turistas franceses, alemanes, holandeses, ingleses, etc. Todos ellos son clientes potenciales de gran importancia para muchos negocios del pueblo efectivamente incluido el nuestro. En una óptica, el producto de top venta a los turistas y más en épocas de verano, es la gafa de sol. Por esta razón, óptica "*Vist a Roses*" dispondrá de un amplio stock de gafas de sol durante todo el año, pero sobretodo en la temporada de verano.

2.3. Análisis de la competencia

Si hablamos de competencia, podemos dividirla en dos sectores: microentorno y macroentorno. El microentorno engloba las ópticas locales (de Rosas), en cambio el macroentorno hace referencia a todas las empresas del sector óptica a nivel regional o nacional. Generalmente, tienen importancia los dos entornos micro y macro pero en nuestro plan de empresa, vamos a analizar más detalladamente las características de las empresas locales.

Actualmente en Rosas existen cuatro ópticas que serán nuestra futura competencia a nivel local:

- **Multiópticas Rosas** (2 ópticas en Rosas)
 - Calle Fransecs Macià 33.
 - Calle Dr. Fleming 39.
- **Óptica Font**
 - Avenida Jaime I 12.
- **Opticalia Rosas**
 - Avenida Jaime I 21.

Multiópticas Rosas

Es la óptica más antigua de Rosas. Forma parte de una franquicia de nivel nacional (MULTIÓPTICAS) y por lo tanto tiene la ventaja de ser más conocida gracias a la publicidad y la extensión de la franquicia.

Sus dos centros disponen de un personal en total de 4 personas (2 ópticos – optometristas y 2 comerciales y audioprotesistas). Un factor que diferencia la empresa de las demás ópticas en Rosas es que tiene departamento de audiología a parte del de optometría. Los productos que ofrece “Multiópticas Rosas” vienen determinados de la propia franquicia y son los mismos en toda España. La empresa tiene su propia marca “MO” en gafas, “Multilens” en lentes de contacto y “Multiúnica” (entre otras) en soluciones de mantenimiento para las lentes de contacto. Los productos de las propias marcas son el 80% del stock existencial con lo cual se demuestra que predominan frente a los productos de otras marcas. A parte de la propia marca, la empresa, trabaja con proveedores de gafas como *Luxottica* y *Maui Jim* pero con *Sáfilo* no. Se debe decir que *Sáfilo* es uno de los proveedores más importantes en gafas y la empresa carece de sus colecciones. Por otra parte, *Maui Jim* es un fabricante



especializado solo en gafas de sol y como tales las gafas presentan unas propiedades ópticas muy exclusivas con una avanzada tecnología de diseño. En cuanto a lentes oftálmicas, la empresa trabaja prioritariamente con el fabricante francés *Essilor* (considerado líder mundial en lentes oftálmicas y maquinaria de óptica).

Promociones y publicidad:

Se puede considerar que son las ventajas más fuertes que tiene la empresa. Como casi todas las franquicias, *Multiópticas* tiene un poder financiero muy grande y se puede permitir el lujo de hacer publicidad por la televisión nacional, en cambio, nuestra empresa no lo puede hacer ya que el coste es muy elevado. Con el presupuesto que tenemos, podemos hacer publicidad televisiva pero sólo a nivel local (tele Rosas). Las promociones y la publicidad de óptica "*Vist a Roses*" serán explicados más detalladamente en el apartado Promoción y publicidad.

- Promociones *Multiópticas Rosas*: Existen varias promociones que se van rotando durante el año y según la temporada en que estamos:
 - Combina 2 "*MO*": Gafas graduadas + gafas de sol graduadas → 97€.
 - Gafas de sol "*MO*" graduadas → 67€.
 - Montura marca "*MO*" + cristales → 57€
 - Gafas "*MO*" progresivas de alta gama → 197€ adaptación incluida.

Condiciones generales de las promociones:

Todas las monturas son de la marca propia "*MO*". Los cristales son orgánicos de stock de índice de refracción 1.5 (básico sin reducciones) y SIN TRATAMIENTO ANTIREFLEJANTE. El rango de potencia es +/- 4.00 D esféricas y hasta 2.00 D astigmáticas. En el caso de lentes progresivas de alta gama, los cristales son con antireflejante.

Crítica:

A pesar del hecho que la marca "*MO*" dispone de más de 1.000 modelos de gafas, hay muchos clientes que prefieren llevar gafas de marca y para estos consumidores "*Multiópticas Rosas*" no puede ofrecer suficientes modelos para tal de satisfacerlos ya que trabajan 80% con la propia marca "*MO*".

Otro factor por discutir es la ausencia de antireflejante en los cristales monofocales en todas las promociones. Para tener este tratamiento en ambas lentes, el cliente debe de sumar

aproximadamente 30€ a su encargo. Esta información no viene anunciada junto a la promoción ya que supone un suplemento y el precio final dejaría de ser tan atractivo. Actualmente la población trabaja casi 60% del tiempo con iluminación artificial. La falta de tratamiento antirreflejante en las lentes oftálmicas hace que la luz artificial se refleje en la retina del ojo y puede deslumbrar la vista. Un uso prolongado de lentes sin antirreflejante puede provocar molestias y/o fatiga visual. Nosotros intentaremos mejorar estas condiciones ofreciendo promociones que incluyan este tipo de tratamiento en los cristales y a la vez tengan un precio razonable para el cliente.

Óptica Font

Es una óptica pequeña de nivel autónomo. El personal (en este caso la propietaria) de la tienda está formado por una sola persona con dos cargos: óptico – optometrista y comercial. En Rosas, esta óptica no es muy conocida y podríamos decir que no tiene mucho éxito. El funcionamiento de la empresa se puede considerar limitado ya que los servicios que ofrece son los justos y necesarios como para que los pueda hacer una sola persona (revisiones optométricas, contactología, parte comercial, etc.) Dicho esto, se considera, que es necesaria una previa planificación de los servicios (visitas con cita previa) para que la persona que esté trabajando pueda organizar mejor el funcionamiento de la tienda. En este caso si ocurre la situación de tener más de un cliente en la óptica, no se podría prestar suficiente atención a todos los clientes a la vez porque una sola persona difícilmente podrá hacerlo todo y además con criterio de profesionalidad.

En cuanto a productos a ofrecer, la óptica *Font* dispone de todos los elementos principales de venta que tiene una óptica (gafas graduadas, gafas de sol, lentes de contacto). Trabaja con proveedores de gafas como *Luxottica* y *De Rigo*, pero no trabaja con *Sáfilo* (en cambio nosotros sí). Las lentes oftálmicas vienen del mismo proveedor que *Multiópticas: Essilor*. En este aspecto nuestro negocio intentará diferenciarse de los demás ópticas en Rosas ya que hemos elegido trabajar con el fabricante *Prats*.

El apartado de promociones y publicidad de la óptica *Font* se ve bastante limitado. No hay promociones especiales de gafas ni de lentes de contacto y actualmente no están haciendo publicidad en ningún medio de comunicación.

Crítica:

La crítica principal respecto lo dicho anteriormente es que la óptica carece de personal. Quizá este es uno de los motivos que no tenga mucha clientela estable. Nuestra empresa apostará en tener



suficiente personal para tal de poder dar un servicio adecuado al consumidor en todos los departamentos de la óptica. Otro concepto a criticar es la falta de publicidad y promociones. Aprovechar los medios de comunicación para que un negocio se patrocine lo consideramos muy necesario y vamos a aplicarlo en nuestro plan de empresa.

Opticalia

Es el establecimiento del sector que se ha abierto más recientemente en Rosas (febrero 2013). Forma parte de una franquicia de nivel nacional (en España) e igual que *Multiópticas* es de las cadenas populares en el sector de óptica gracias a la publicidad y extensión geográfica de la empresa.

Opticalia, al ser una óptica que pertenece a una franquicia tendrá la ventaja de penetrar más fácilmente en el mercado por ser más conocida y ofrecer unos precios más económicos igual que la mayoría de las franquicias.

Publicidad y promociones:

Actualmente tiene y durante los últimos meses ha tenido publicidad en curso por la televisión nacional. En los primeros meses también hacían publicidad a nivel local mediante folletos, tarjetas y la prensa de la comarca. En este aspecto nuestra empresa puede competir con *Opticalia* solo a nivel local ya que tenemos previsto hacer la campaña publicitaria en los medios de comunicación locales.

- Promociones de *Opticalia*: Destacamos las promociones que ha ofrecido la óptica desde su obertura hasta la actualidad:
 - Promoción actual (junio 2013): Gafas de marca (cristales incluidos) + Gafas de sol (también de marca) → 88€
 - Promoción enero – marzo 2013: Gafa de marca + cristales incluidos → 75€

Condiciones generales de las promociones:

Las marcas de gafas que entran en las promociones son las siguientes: *Mango, H.E. by Mango, Pull&Bear, Amichi, Pepe Jeans, Javier Larrainzar, David Delfin, El Caballo, Fun&Basics*.

Los cristales son orgánicos de stock de índice de refracción 1.5 (básico sin reducciones) y SIN TRATAMIENTO ANTIREFLEJANTE. El rango de potencia es +/- 4.00 D esféricas y hasta 2.00 D astigmáticas.

Crítica:

Cuando hablan de gafas de marca, hacen referencia a unas marcas que no son muy conocidas como marcas para gafas en concreto. Si el consumidor no está bien informado y no conoce muchas marcas de gafas puede caer fácilmente en la promoción pensando que está comprando un producto de marca reconocida. Nuestra óptica tiene una ventaja competitiva frente a *Opticalia* porque trabajara con proveedores especializados en la distribución de gafas (*Luxottica, Sáfilo, Silhouette*).

Además, la promoción está limitada en los rangos de potencia y los usuarios que tengan graduaciones más elevadas no podrían aprovecharla. Óptica "Vista Roses" tendrá unos precios atractivos con descuentos para todas las graduaciones y siempre incluyendo tratamiento antirreflejante.

Los cristales que entran en las ofertas son solo monofocales con lo cual pueden solucionar el problema visual a una sola distancia. Para los clientes que necesitan gafas progresivas no se ofrecen promociones, en cambio, nosotros ofrecemos soluciones para todos los usuarios de gafas.

2.4. Definición del producto y servicio

PRODUCTOS:

GAFAS

Ofrecemos gafas femeninas, masculinas e infantiles en diferentes estilos;- elegante, moderno, clásico, sport. Trabajaremos principalmente con dos proveedores italianos: *Luxottica* y *Sáfilo*. Para las monturas especialmente al aire trabajaremos con el fabricante francés: *Silhouette*.

Marcas Luxottica: *Arnette, Bvulgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Oakley, Persol, Polo Ralph – Lauren, Prada, Ray-Ban, Vogue.*

Marcas Sáfilo: *Carrera, Dior, Gucci, Hugo Boss, Marc Jacobs, Max Mara, Polaroid, Smith Optica, Tommy Hilfiger.*

Materiales para las monturas: Acetato de celulosa, Nylon, Optyl, Titanio, Nikel, etc.

GAFAS GRADUADAS

Sector juvenil

- ✓ Monturas destinadas para los adolescentes o para estos usuarios que desean tener un 'look' más moderno y juvenil.
- ✓ **Marcas:** *Dolce & Gabbana, Oakley, Persol, Polo Ralph – Lauren, Prada, Ray-Ban, Vogue, Carrera, Marc Jacobs, Tommy Hilfiger.*

Sector femenino

- ✓ Ofrecemos monturas de diseños sofisticados con elementos de joyas, monturas de líneas elegantes, estilos modernos, clásicos, discretos, en una amplia gama de colores y formas para todo tipo de público femenino.
- ✓ **Marcas:** *Bvulgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Prada, Ray-Ban, Vogue, Dior, Gucci, Max Mara.*

Sector masculino

- ✓ Ofrecemos monturas clásicas para los señores más mayores, monturas modernas y deportivas para los más jóvenes y atrevidos, y todo en una amplia gama de colores y formas.
- ✓ **Marcas:** *Dolce & Gabbana, Oakley, Persol, Polo Ralph – Lauren, Prada Sport, Ray-Ban, Hugo Boss, Tommy Hilfiger.*

Sector infantil

- ✓ Para los más pequeños las monturas que ofrecemos son de materiales adecuados para la infancia: flexibles, hipoalergénicos, de puente ajustable y de múltiples colores llamativos.
- ✓ **Marcas:** *Ray-Ban, Carrera, Tommy Hilfiger, Polaroid junior.*

Monturas ranuradas y al aire

- ✓ Son monturas que proporcionan discreción y un aspecto más natural a la cara. La mayoría son muy finas y ligeras. La casa *Silhouette*, en concreto, está especializada en la fabricación de monturas al aire de titanio que dan muy buenos resultados en el mercado.
- ✓ **Marcas:** *Bvulgari, Dolce & Gabbana, Prada, Ray-Ban, Vogue, Dior, Silhouette.*

Monturas especiales

- ✓ De protección laboral
- ✓ De deporte

GAFAS DE SOL

Sector femenino

- ✓ Teniendo en cuenta que estamos situados en un sitio con mucho sol y turismo de verano, dispondremos de un amplio stock de gafas de sol en diferentes estilos para satisfacer todo el público femenino.
- ✓ **Marcas:** *Bvulgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Prada, Oakley, Ray-Ban, Vogue, Carrera, Dior, Gucci, Marc Jacobs, Max Mara, Polaroid, Tommy Hilfiger.*

Sector masculino

- ✓ Teniendo en cuenta que estamos situados en un sitio con mucho sol y turismo de verano, dispondremos de un amplio stock de gafas de sol en diferentes estilos para satisfacer todo el público masculino.
- ✓ **Marcas:** *Arnette, Dolce & Gabbana, Oakley, Persol, Ray-Ban, Polo Ralph-Lauren, Prada, Carrera, Hugo Boss, Marc Jacobs, Polaroid, SmithOptica, Tommy Hilfiger.*

Sector infantil / juvenil

- ✓ Ofreceremos gafas de sol con el filtro solar de categoría 4 que es el más elevado en la fabricación de lentes de protección solar. Ideal y recomendado para los usuarios más pequeños. Dispondremos de monturas de material flexible y ajustable.
- ✓ **Marcas:** *Polaroid junior, Tommy Hilfiger, Ray-Ban kids.*

Monturas de sol graduables

- ✓ Este tipo de monturas no deben ser muy curvadas en la parte frontal para que sea posible el montaje de las lentes con prescripción. En caso de que la gafa sea más curvada, se optaría por unos lentes de curvatura especial.
- ✓ **Marcas:** No hay una marca en concreto que fabrique solo monturas de sol graduables. Se suele elegir un modelo de cualquier casa que cumpla los requisitos comentados anteriormente.

Monturas deportivas

- ✓ Es importante disponer de stock de gafas de sol deportivas porque hay muchos deportes al aire libre que requieren protección solar (ciclismo, correr, deportes de playa, etc.) y por otra parte, muchos hombres también prefieren un estilo más deportivo para su gafa de sol.
- ✓ **Marcas Unisex:** *Arnette, Oakley, Polaroid, Ray-Ban, SmithOptica.*
- ✓ Algunos de estos fabricantes, como *Oakley*, ofrecen la posibilidad de que el usuario elija todas las partes del modelo de su gafa y de esta manera personalizarla y/o customizarla.

LENTE OFTÀLMICAS

Hemos optado por contratar el servicio de un solo fabricante para el encargo de lentes oftálmicas: *Prats*.

Prats, cuya fábrica se ubica en la provincia de Barcelona, ofrece lentes oftálmicas de todas las categorías (monofocales, progresivos, bifocales, ocupacionales, lentes solares, etc). Dispone tanto de material orgánico como de mineral y todo esto en una completa escala de índices de refracción. Dicho esto, podríamos afirmar que este fabricante podría cubrir la totalidad de nuestros encargos de lentes oftálmicos, sea cual sea la demanda ya que lo que nos ofrece *Prats* es muy completo. Además, es un fabricante muy innovador y cada año lanza nuevas lentes en el mercado con diseños mejorados.

A parte de esto, es impecable y puntual en el tiempo de entrega de los encargos, cosa que nos facilitaría dar un servicio rápido y eficaz a nuestros clientes.

LENTE DE CONTACTO

Las lentes de contacto son otro sistema de corrección óptica a parte de las gafas. En nuestro establecimiento se harán adaptaciones y/o ventas de lentes de contacto de diferentes características de tipo de material, uso y reemplazo. Trabajaremos con tres proveedores: *Ciba Vision*, *Bausch & Lomb* y *Conóptica*. Se han elegido estos fabricantes porque ofrecen productos que pueden cubrir perfectamente la demanda de lentes de contacto que hemos analizado en el mercado de Rosas. Otro motivo de elección ha sido el precio de venta al óptico. En comparación con otros fabricantes, estos tres ofrecen un precio razonable que justifica las características del producto.

Clasificación de las LC de venta al público:

LC según tipo de material	RPG	LC según reemplazo	Diario	LC según el uso	Convencional
	Hi – Si		Mensual		Esporádico
	Hidrogel		Quincenal		Terapéutico
	Híbridas		Anual		
	Orto – K				
	Terapéuticas				

SOLUCIONES DE MANTENIMIENTO PARA LAS LENTES DE CONTACTO:

Soluciones salinas	<ul style="list-style-type: none"> • Sensitive eyes (Bausch & Lomb) • Softwear saline plus (Ciba Vision)
Soluciones únicas	<ul style="list-style-type: none"> • Opti Free (Alcon) • Renu (Bausch & Lomb) • Bio true (Bausch & Lomb) • AO Sept (Ciba Vision)
Peróxidos	<ul style="list-style-type: none"> • Easy Sept (Bausch & Lomb) • AO Sept Plus (Ciba Vision) • Oxysept (AMO)
Limpiadores	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiador diario para LC blandas (Bausch & Lomb) • Limpiador diario para LC semi – rígidas (Bausch & Lomb) • Clear care (Ciba Vision)
Lágrimas artificiales y humectantes	<ul style="list-style-type: none"> • Viscofresh (Allergan) • Tears Humectant (Alcon)

SERVICIOS:

Revisiones optométricas

Las revisiones optométricas del centro se realizarán de forma inmediata si es posible o, mediante cita previa. Cualquier persona tiene derecho a un control visual y en nuestra óptica las revisiones no tendrán coste.

El establecimiento va a disponer de dos ópticos – optometristas uno de los cuales tendría doble cargo: óptico y comercial.

Revisiones contactológicas

Igual que las revisiones optométricas, las de contactología también se realizarán de forma inmediata, si el trabajo lo permite, o mediante cita previa. La adaptación de lentes de contacto es un proceso más largo que una revisión optométrica y por esto requiere más de una visita con el profesional. Hay varias etapas por las cuales es necesario pasar hasta llegar a una correcta y óptima adaptación. En resumen, los pasos que se suelen seguir son:

- Pruebas de medida de los parámetros oculares. (Biomicroscopia, Quartometria, Refracción, etc.)
- Determinación de los parámetros de la lente de contacto de prueba.
- Prueba de la lente de contacto y post – revisión a corto plazo (1-2h)
- Prueba de la lente de contacto a un plazo más largo (5-7 días) y post –revisión.
- Valoración de la adaptación y decisión si la LC es la definitiva. En caso contrario, modificar parámetros de la LC de prueba e iniciar de nuevo la adaptación.

Terapia visual

La terapia visual por lo general es un proceso largo que requiere de varias visitas con el profesional optometrista. Una vez decidido que se va a iniciar una terapia visual, el paciente debe de programar una serie de visitas (p. ej.: pueden ser 1 o más por semana) en los cuales se tratara de solucionar su problema visual. A la vez, a la persona que está haciendo terapia, se le mandarán ejercicios por hacer en casa durante el tiempo hasta la próxima visita en gabinete. De esta manera se combinan dos formas de trabajar: en gabinete con el óptico y en casa. En cada visita el óptico revisaría los 'deberes' del paciente y se debe de asegurar que se han hecho de forma correcta y las veces que se ha pedido. Aquí influye mucho la voluntad del paciente, siempre habrá algunos que cumplen más que otros, por esto es importante que el profesional insista y averigua que los ejercicios de casa se hacen y de forma correcta ya que esto es de las claves para un resultado favorable de la terapia.

Para hacer terapia visual es necesario un material específico para los ejercicios visuales. Fuera del gabinete, este material se alquilará a los pacientes para que se lo puedan llevar a casa y practicar.

2.5. Determinación del precio de venta y su comparación con la competencia

Para establecer los precios de venta de los productos, efectivamente debemos tener en cuenta los precios de coste (Pvo = precio de venta al óptico). Estos precios están mencionados de forma orientativa en el plan de inversiones iniciales de la parte económico – financiera del trabajo. Partiendo de estos datos, para obtener el precio de venta, hemos determinado un tanto por ciento a aplicar sobre el precio de coste según cada proveedor. Por ejemplo:

- *Luxottica*: $Pvp = Pvo + 110\%$
- *Sáfilo*: $Pvp = Pvo + 120\%$

- *Silhouette*: Pvp = Pvo + 120%
- *Ciba Vision* (LC): Pvp = Pvo + 90%
- *Bausch & Lomb* (LC): Pvp = Pvo + 100%
- *Conòptica* (LC): Pvp = Pvo + 110%
- *Ciba Vision, Bausch & Lomb, Conòptica* (líquidos): Pvp = Pvo + 100%
- *Alcon, AMO, Allergan*: Pvp = Pvo + 120%

A continuació se mostra una taula comparativa del preu de venda al públic entre nostra empresa (Òptica Vista Roses) i les empreses competidores en Rosas. Els preus indicats són orientatius ja que dins de cada proveïdor hi ha molta varietat de preus.

Proveïdors	ÓPTICA	COMPETENCIA		
	VISTA ROSES	MULTIÓPTICAS	ÓPTICA FONT	OPTICALIA
LUXOTTICA	Graduado: 40-150€ Sol:90-180€	Graduado: 55 - 170€ Sol: 105 - 200€	Graduado:60 - 180€ Sol: 110 - 220€	Graduado:45 - 140€ Sol:100 - 175€
SÁFILO	Graduado:60 - 180€ Sol:100 - 200€	No disponible	No disponible	No disponible
SILHOUETTE	Graduado: 190 - 250€	Graduado: 230 - 290€	No disponible	No disponible
CIBA VISIÓN	LC diarias: 20 - 25€ LC mensuales: 30 - 35€ LC multifocales: 40 - 45€	No disponible	No disponible	No disponible
BAUSCH & LOMB	LC diarias: 25 - 30€ LC mensuales: 35 - 40€	LC diarias: 35 - 40€ LC mensuales: 35 - 40€	LC diarias: 35 - 40€ LC mensuales: 35 - 40€	LC diarias: 35 - 40€ LC mensuales: 35 - 40€

CONÓPTICA	LC diarias: 35 – 40€	LC diarias: 40 – 45€	No disponible	LC diarias: 35 – 40€
	LC mensuales: 45 – 50€	LC mensuales: 50 – 55€		LC mensuales: 45 – 50€
	LC multifocales: 55 – 60€	LC multifocales: 70 – 80€		LC multifocales: 55 – 60€
	Lentes oftálmicas	Prats		Essilor
LÍQUIDOS DE MANTENIMIENTO PARA LAS LC				
Sol.Salinas	5 – 6€	5 – 7€	6 – 7€	5 – 6€
Sol.Únicas	7 – 14€	8 – 15€	8 – 15€	7 – 13€
Peróxidos	7 – 10€	8 – 15€	9 – 15€	8 – 13€
Limpiadores	5 – 6€	8 – 9€	7 – 8€	6 – 7€
Lágrimas artificiales y humectantes	5 – 6€	5 – 6€	5 – 6€	4 – 5€

Con el objetivo de competir con los precios de las demás ópticas, óptica “Vista Roses” intentará establecer unos precios un poco por debajo de los precios de la competencia. Contará con una gama de productos variada ofreciendo diversidad en las marcas disponibles.

2.6. Distribución

El sistema de distribución de productos vendrá determinado en gran parte de los proveedores con los que trabajaremos. En el departamento de gafas son *Luxottica*, *Sáfilo* y *Silhouette*, en el de lentes de contacto y líquidos de mantenimiento son *Ciba Vision*, *Conóptica*, *Bausch&Lomb* y en el de lentes oftálmicas *Prats*.

La compra de gafas se realizará trimestral, en cambio, la de lentes de contacto, líquidos de mantenimiento y lentes oftálmicas será semanal y en función de las ventas. Cada semana se irán pidiendo los productos que más se han vendido en la anterior y así se va reponiendo el stock continuamente.

Todos los proveedores nos enviarán el producto a la dirección del establecimiento:

- Calle Francesc Macià Número 6, Bajos. Rosas CP: 17480.

Exposición de gafas

En la tienda habrá una pequeña exposición de gafas graduadas en 4 lineales verticales donde caben unas 48 monturas. La resta de monturas se guardará en cajones cerca de los puntos de venta. Se mantendrá un orden según el tipo de material (pasta o metal) y según la gama (señor, señora, juvenil, infantil).

Por otra parte, la exposición de gafas de sol será más vistosa. Se colocaran unos 10 lineales verticales que recogen unas 120 monturas de sol. La resta de gafas estarán guardadas en cajones en la parte inferior de los lineales. Consideramos que la gafa de sol, en la mayoría de los casos, es un producto de venta directa y por lo tanto damos más importancia a su exposición.

Efectivamente nuestra tienda tendrá un escaparate donde se colocará una pequeña exposición de gafas graduadas y de sol. Se escogerán modelos atractivos para atraer la vista del público que pasa por delante de la óptica.

Lentes de contacto y líquidos de mantenimiento para las LC

En los establecimientos de óptica no se suelen exponer lentes de contacto a la vista ya que no son un producto de venta directa. La venta de lentes de contacto se suele hacer en el gabinete optométrico donde el profesional puede recomendar su uso y proponer al cliente hacer las pruebas necesarias de adaptación.

El almacenamiento de las cajas de lentes de contacto estará en la parte de distribución y entregas de la óptica y las lentes de contacto de prueba estarán en el gabinete optométrico.

Los líquidos de mantenimiento para las LC sí que estarán expuestos en un mueble (estantería) que se colocará cerca de la parte de entrega de productos. Los líquidos de reposición estarán guardados en otro mueble.

Lentes oftálmicas

La distribución de lentes oftálmicas está ligada con los encargos de gafas graduadas. Dicho esto, se entiende, que los pedidos de lentes se harán diariamente con cada encargo.

El fabricante *Prats* nos enviará los cristales con forma recortada, preparados para ser introducidos en la montura, a la dirección de la óptica (c/ Francesc Macià 6, Roses 17480).

2.7. Promoción y publicidad

Para el lanzamiento de un nuevo negocio es necesario hacer una campaña publicitaria para tal de anunciar su obertura. Es una de las formas para empezar a captar clientes.

Óptica “*Vista Roses*” iniciará su campaña publicitaria un mes antes de abrir la tienda. Se usarán los medios de comunicación de Rosas para promocionar el negocio al público y de la siguiente manera:

- **Televisión:** publicidad por la tele Rosas en forma de anuncio.
- **Revistas y folletos publicitarios:** Introducir la noticia que se abrirá una nueva óptica en Rosas con la fecha de obertura (01 de julio del 2013) en los folletos publicitarios de los ‘*Cines Roses*’ y la revista de la comarca ‘*Amigos*’.
- **Repartimiento de folletos:** Una vez abierto el establecimiento, nos dedicaremos a repartir folletos propios de la óptica donde figuraran los servicios que ofrecemos, algunas promociones, el horario de obertura, la localización y el teléfono de contacto.

El presupuesto económico que hemos establecido para la publicidad de lanzamiento es de 2.500 euros para un período de dos meses (un mes antes de la obertura y el primer mes de funcionamiento). A partir de entonces seguiremos haciendo publicidad de la misma forma pero invirtiendo menos dinero.

Efectivamente, para el consumidor, el precio que pagará para un producto es de gran importancia. La política de nuestra empresa ofrece un precio razonable y justificado en todos los departamentos de la óptica. A parte de esto, mantendremos descuentos fijos para universitarios, usuarios de carné joven y familias numerosas. Las condiciones de estos descuentos están descritas más adelante en el apartado económico – financiero del proyecto.

Empezaremos trabajando con dos promociones en gafas y una promoción en lentes de contacto, todo esto con un objetivo claro: captar clientes. Ver tabla de promociones de lanzamiento a continuación:

DEPARTAMENTO	PROMOCIÓN DE LANZAMIENTO
GAFAS GRADUADAS	Aplicaremos un 10% de descuento en todas las ventas de montura + cristales durante los dos primeros meses (julio y agosto 2013). Válido para todas las marcas de gafas disponibles y todo tipo de lentes oftálmicas (monofocales, progresivas, etc.)
GAFAS DE SOL	Con la compra de 2 gafas de sol , aplicaremos un 20% de descuento sobre el importe total. Válido para todas las marcas de gafas disponibles durante los meses de julio y agosto del 2013 .
LENTE DE CONTACTO	Con la compra de 4 cajas de lentes de contacto aplicaremos un 10% de descuento sobre el importe total. Válido para todos los tipos de LC durante los meses de julio y agosto del 2013 .

Con el objetivo de satisfacer nuestros clientes no solo los primeros meses, sino también en el futuro, a continuación haremos una propuesta de promociones a lo largo del primer año.

PERÍODO	PROMOCIÓN
Octubre – Noviembre 2013	<p>Promoción en gafas graduadas de las marcas Tommy Hilfiger y Ralph Lauren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montura + cristales monofocales con tratamiento antireflejante → 77€ todo incluido. • Montura + cristales progresivos de gama básica con tratamiento antireflejante → 145€ todo incluido.
Enero – Febrero 2014	<p>Promoción en gafas graduadas de las marcas Max Mara y Hugo Boss:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montura + cristales progresivos de gama alta con tratamiento antireflejante → 175€ todo incluido.
Mayo – Junio 2014	<p>Promoción en gafas de sol graduadas para adultos y niños de las marcas Dolce & Gabbana, Vogue, Polo RL, Polaroid junior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gama adultos: <ul style="list-style-type: none"> Montura + cristales monofocales → 88€ Montura + cristales progresivos de gama básica → 125€ • Gama infantil: Montura + cristales monofocales → 45€

Condiciones generales de las promociones:

Todas las promociones marcan un precio cerrado de montura más cristales y el IVA está incluido.

- **Lentes oftálmicas:** El rango de potencia es de +/- 5.00 dioptrías esféricas y 2.50 dioptrías astigmáticas. El material de las lentes es orgánico y con índice de refracción 1.5 y 1.6 en las ametropías más elevadas. Todas las lentes incluyen tratamiento antireflejante en el precio de la promoción.

Para diferenciarnos de la competencia, y ofrecer mejores condiciones a nuestros clientes, hemos establecido un acuerdo económico con el fabricante *Prats* que nos permite unos rangos de potencia e índices de refracción con más margen para elegir. De esta manera nuestras promociones van a ser mejores que las de la competencia y esto sería una ventaja competitiva a nuestro favor.

- **Monturas:** En la oferta estarán incluidas todas las monturas de las marcas de promoción que tengamos en stock durante el período indicado. No se admitirá la posibilidad de encargar la montura al fabricante si es para una venta de promoción.

Otro aspecto que hemos mejorado en comparación con la competencia es la variedad de marcas en las monturas de las promociones. Hemos elegido marcas conocidas de buena calidad que han demostrado buenos resultados ópticos a lo largo de los años.

2.8. Previsiones de ventas

El estudio que hemos hecho de previsiones de ventas es para el primer mes de forma detallada (número de artículos + importe total), y para el primer año de forma más resumida. Hemos tenido en cuenta varios factores que pueden influir en las ventas, en este caso aumentándolas. Los que consideramos más importantes son:

- **Época del año.** La óptica venderá más en los meses entre mayo y septiembre ya que Rosas es un pueblo de turismo de verano.
- **Promociones.** La existencia de una promoción potenciará la venta del producto en promoción y puede perjudicar la venta del resto de artículos.

- **Navidades y períodos de rebajas.** En épocas de navidades aumentarán las ventas por el tema de los regalos navideños. Lo mismo pasa cuando empiezan las rebajas ya que la gente quiere aprovechar los descuentos.

Las previsiones de ventas de artículos y servicios de la óptica “Vista Roses” se explicarán a continuación en forma de tabla.

Previsiones de ventas para el mes de julio del 2013:

ARTÍCULOS PROVEEDORES	Gafas	LC	Líquidos de mantenimiento para las LC	Lentes oftálmicas
<i>Luxottica</i>	Entre 70 y 90 monturas	-	-	-
<i>Sáfilo</i>	Entre 50 y 70 monturas	-	-	-
<i>Silhouette</i>	Entre 5 y 10 monturas	-	-	-
<i>Ciba visión</i>	-	Entre 25 y 40 cajas	Entre 30 y 45 unidades	-
<i>Bausch & Lomb</i>	-	Entre 30 y 40 cajas	Entre 15 y 25 unidades	-
<i>Conóptica</i>	-	Entre 10 y 20 cajas	Entre 10 y 20 unidades	-
<i>Alcon</i>	-	-	Entre 10 y 20 unidades	-
<i>AMO</i>	-	-	Entre 5 y 10 unidades	-
<i>Allergan</i>	-	-	Entre 10 y 15 unidades	-
<i>Prats</i>	-	-	-	Entre 120 y 160 lentes

A parte de los artículos en venta, los servicios que vamos a cobrar también suman en la cuenta de resultados. Es verdaderamente difícil hacer una estimación de cuantos servicios vamos a facturar ya que el único servicio con coste que tendremos son las sesiones de terapia visual. En la cuenta de resultados en el apartado económico – financiero, las sesiones de terapia visual están incluidas de forma orientativa. Esto sí, hemos establecido un precio por sesión de 60€.

Previsión de ventas (artículos + servicios) para el primer año:

Julio 2013	Agosto 2013	Sept. 2013	Oct. 2013	Nov. 2013	Dic. 2013
Entre	Entre	Entre	Entre	Entre	Entre
22.000 – 25.000 €	23.000 – 27.000 €	23.000 – 27.000 €	22.000 – 23.000 €	18.000 – 20.000 €	20.000 – 22.000 €
Enero 2014	Febrero 2014	Marzo 2014	Abril 2014	Mayo 2014	Junio 2014
Entre	Entre	Entre	Entre	Entre	Entre
20.000 – 21.000 €	19.000 - 20.000 €	18.000 – 19.000 €	19.000 – 20.000 €	20.000 – 22.000 €	22.000 – 25.000 €

Como se puede observar, la previsión de ventas es más grande en los meses de verano y en los meses de diciembre y enero. Esto es así, porque en verano se potencia mucho la venta de gafas de sol a los turistas y a la población local obviamente. También influyen las promociones que vamos a hacer (de lanzamiento y las demás).

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

En este apartado se van a definir los objetivos del proyecto, el sistema de organización y las personas necesarias para llevarlo a cabo. Se tendrá en cuenta la planificación de tareas en corto, mediano y largo plazo en cada departamento de la empresa.

Se hará una descripción de la formación profesional del personal contratado para tal de demostrar que éste será capaz de cumplir la función que se le asigne.

Teniendo en cuenta la importancia de tener una plantilla cuya formación profesional esté siempre actualizada, se planteará un plan de formación continuada para el personal de la empresa (incluso para los socios).

3.1. Análisis estratégica y definición de objetivos.

Con el fin de posicionar la empresa en el mercado actual, se han de tener en cuenta las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno y también los puntos fuertes y débiles de la misma empresa. En un contexto de marketing, este tipo de análisis se denomina DAFO y se presentará a continuación en forma de tabla:

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Microempresa en población pequeña. - Publicidad solo a nivel local. - La empresa no forma parte de ninguna cadena (franquicia) del sector → poca popularidad como nombre. - Ausencia de propia marca. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas competidoras: franquicias de nivel nacional → más populares. - Se espera una disminución de los ingresos fuera de la temporada de verano. - Atraer la nueva clientela lentamente. - Precios competitivos de la competencia.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Buena localización del negocio. - Variedad de marcas en los productos de venta. - Suficiente personal para atender el público. - Revisiones visuales y adaptaciones de lentes de contacto gratuitas. - Terapia visual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promociones de lanzamiento. - Promociones durante casi todo el año. - Precios ajustados a los precios de la competencia (incluso ligeramente inferiores). - Turismo local → aumento de ventas en verano.

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa. Se pueden clasificar de varias formas, objetivos generales o específicos, o en función del período de corto, mediano y largo plazo.

Para tal de determinar los objetivos de la empresa de corto, mediano y largo plazo, nos basaremos en los conceptos de la tabla DAFO.



Objetivos de corto plazo (un año):

- Aprovechar las promociones de lanzamiento para captar nuevos clientes.
- Mantener la campaña publicitaria durante todo el primer año con énfasis en los primeros 5 – 6 meses con el objetivo de patrocinar la empresa y la noticia de su existencia llegue a cuento más gente mejor.
- Potenciar la venta de los productos que diferencian la empresa de la competencia.

Objetivos de mediano plazo (1 – 3 años):

- Ofrecer descuentos fijos en todos los artículos con el objetivo de potenciar las ventas en épocas sin promociones especiales.
- Atención visual garantizada de profesionales optométricos.
- Crecimiento de la empresa a nivel local.
- Lograr los objetivos de corto plazo.

Objetivos de largo plazo (3 – 5 años):

- Mantener precios competitivos para afrontarse a la competencia.
- Crecimiento en activos.
- Participación en el mercado y rentabilidad.
- Lograr los objetivos de medio y corto plazo.

3.2. Organización funcional de la empresa

El funcionamiento de la óptica lo llevaran a cabo tres personas. Los dos socios y una persona contratada. Los cargos de cada uno serían:

- Persona contratada: Óptico – optometrista.
- Socio 1 (Doña V.S.): Óptico – optometrista y comercial.
- Socio 2 (Don D.M.): Comercial.

La idea principal es que los tres estén siempre trabajando. Los cargos se han distribuido de esta manera ya que en caso de que falte uno de los tres, los demás puedan cumplir su función. Por esta razón, el socio con mayor poder decisivo tiene doble función (óptico y comercial).

El poder de decisión sobre todos los departamentos de la empresa está en las manos de la sociedad. En este caso, la sociedad está formada por dos socios con diferente poder decisivo. El mayor poder lo tendrá la doña V.S. ya que aportó el 60% del capital inicial.

La toma de decisiones para el funcionamiento de la empresa, generalmente, se hará por parte de los dos socios. En esta ocasión los empresarios (socios) son los directores y propietarios de la empresa.

En cuanto a perfil de la plantilla de la óptica "Vista Roses", se puede afirmar que tanto los socios como la persona contratada, cumplen con los requisitos de los puestos de trabajo. Los tres tienen la formación académica necesaria y también experiencia profesional en el sector.

Según los estudios que se han realizado para la obertura del negocio, contamos que el personal de tres personas sería suficiente para cubrir todos los departamentos de la óptica. Efectivamente, si en un futuro se cumplen los objetivos de crecimiento empresarial y hay necesidad de ampliar la plantilla, se volverá a hacer un proceso de selección para elegir más personal.

Cada empresa tiene subsistemas empresariales y estos tienen que tener un responsable. En este caso, las responsabilidades se han distribuido de la siguiente manera:

- **Subsistema de dirección:** Director de la empresa Doña V.S. y subdirector Don D.M.
- **Subsistema de producción y operaciones:** La sociedad.
- **Subsistema de comercialización:** La sociedad.
- **Subsistema de finanzas:** Se contratará una empresa especializada en gestoría.
- **Subsistema de recursos humanos:** La sociedad.

Salarios establecidos y gastos de la seguridad social: Tabla del plan financiero:

GASTOS DE PERSONAL AL MES	IMPORTE (€)
Nóminas del personal contratado (en bruto)	1350
(1 óptico-optometrista: 1350€)	
Seguridad social del personal	240
Nóminas de los socios (2 socios: 1300€ cada uno)	2600
Seguridad social de los socios (2 socios: 240€ cada uno)	480
TOTAL	4.670

El personal contratado, en este caso un óptico – optometrista tendrá dos pagas dobles durante el año: en los meses de junio y diciembre. Esto se verá reflejado en el plan económico – financiero de este proyecto.

3.3. Control de gestión

Las gestiones de control de la empresa los llevarán a cabo los dos socios de la sociedad limitada o dicho de otra manera, los directivos de la empresa. Sus obligaciones se centran en varias tareas: planificación, dirección, organización y control de las actividades de la empresa. En este caso, los directivos no solo realizan tareas directivas, sino que también hacen trabajo real en la óptica (venden, hacen revisiones optométricas, etc.) Los roles de los directivos se pueden clasificar como:

- **Roles interpersonales:** Consisten en la obligación de los directivos de relacionarse tanto con el personal de la empresa como con personas externas que tengan relación con ella (proveedores, clientes, etc.)
- **Roles informativos:** Se refieren al trabajo de los directivos que trata de dar y recoger información útil para la empresa. Para ello, es necesario establecer canales de información de cara al público o a nivel empresarial. La publicidad, las relaciones públicas y el marketing en sí, son una forma de comunicación con el entorno externo, en cambio, el intercambio de actividades entre profesionales es un canal de comunicación interna (dentro de la misma empresa).
- **Roles decisionales:** Como su propio nombre indica, se relacionan con la toma de decisiones por parte de los directivos de la empresa. En este caso el poder de decisión no es el mismo para ambos directores ya que viene determinado por la cantidad aportada en el capital inicial, y ésta está dividida en 60% y 40%. Por este motivo se puede decir que hay un director (el que aportó el 60% de la financiación) y un subdirector (el que aportó el 40% del capital).

A pesar de esto, la política de la empresa intentará que la toma de decisiones se haga de forma mutua entre ambos socios.

4. ÀREA JURÍDICO – FISCAL.

Para comenzar la actividad empresarial, es necesario elegir la forma jurídica que más nos convenga e informarnos sobre la legislación fiscal para poner en marcha el negocio. Para llegar a una conclusión se han de analizar varios aspectos, unos de los cuales son:

Factores a tener en cuenta en la elección de la forma jurídica	
La actividad de la empresa	La actividad de la empresa puede condicionar la forma jurídica. La normativa exige la elección de sociedad mercantil por la parte comercial del negocio.
Personas físicas y personas jurídicas	<u>Personas físicas</u> : Persona física (empresario) con responsabilidad ilimitada. No hay diferencia entre patrimonio social e individual.
	<u>Personas jurídicas</u> : Grupo de personas que desarrollan actividades de la empresa (Sociedad Limitada, Anónima, Colectiva, etc.) El patrimonio de la sociedad se diferencia del individual.
La responsabilidad de los socios	<u>Responsabilidad limitada</u> . Los socios responden a terceros solo con el capital de la sociedad.
	<u>Responsabilidad ilimitada</u> : Los socios responden a terceros con el capital de la sociedad y con el patrimonio individual.
Cuenta del capital social	En función de la forma jurídica, es necesario aportar un capital mínimo o no. Puede ser necesario el desembolso total del capital.
Obligaciones fiscales	<u>Personas físicas</u> : IRPF e IVA
	<u>Personas jurídicas</u> : Impuesto de sociedades (IS) e IVA

4.1. Determinación de la forma jurídica.

Después de analizar los factores dichos anteriormente, hemos llegado a una decisión clara:

La forma jurídica de la empresa será Sociedad Limitada y estará formada por dos socios. Uno de los motivos por elegir esta forma es que la empresa es pequeña y la sociedad no tiene intención a acudir a financiación pública. Los socios pretenden mantener una sociedad cerrada e intentar minimizar los

costes de gestión. Además, la responsabilidad limitada de los socios es de las principales ventajas de esta forma jurídica.

Las características de la sociedad limitada vienen determinadas en el siguiente cuadro (*extraído de la normativa de la región de Murcia de jóvenes empresarios*):

Forma jurídica	<i>Sociedad Limitada (S.L.)</i>
Descripción	<i>Sociedad mercantil cuyo capital está integrado por las aportaciones de los socios y dividido en participaciones en función de la cantidad aportada.</i>
Personalidad jurídica	<i>Propia.</i>
Aportación social	<i>3.005,06€. Totalmente desembolsados.</i>
Número de socios	<i>Mínimo 1.</i>
Responsabilidad	<i>Limitada al capital aportado.</i>
Régimen fiscal	<i>Impuesto de sociedades e IVA.</i>
Régimen de la seguridad social	<i>Hay socios que sólo aportan capital. Los socios trabajadores son autónomos en función de su participación y de realizar funciones de administración.</i>
Ventajas	<i>Limitación de responsabilidad al capital social. Capital social mínimo muy reducido y no existencia de capital máximo. Régimen jurídico flexible. Idónea para sociedades pequeñas y con pocos socios.</i>
Inconvenientes	<i>Proceso de constitución lento y con gastos. La falta de ejercicio de la actividad durante tres años seguidos es causa de disolución. Tributan al tipo general del 28% en el Impuesto de Sociedades.</i>

4.2. Aspectos laborales.

En este apartado del plan empresarial se van a describir el tipo de contratos que la empresa va a establecer y sus características.

Se va a elaborar un solo contrato ya que se contratará una sola persona.

Se puede consultar el contrato en el Anexo 1.

4.3. Obligaciones fiscales propias de la actividad.

Las obligaciones fiscales de una empresa vienen determinados de la forma jurídica de la misma. En este caso, la forma jurídica es sociedad limitada y el régimen fiscal obliga la empresa a pagar los

impuestos de sociedad y el IVA. Estos están reflejados en el plan de tesorería del primer año de funcionamiento (Anexo: 4)

4.4. Permisos, licencias y documentación oficial.

El listado con toda la documentación necesaria para la obertura del negocio está extraído de la normativa de jóvenes empresarios. Se puede consultar en el Anexo 2.

4.5. Cobertura de responsabilidades.

Dentro del apartado de responsabilidades se han de tener en cuenta los seguros obligatorios y opcionales que la empresa contratará con el fin de iniciar la actividad mercantil.

Según la ley vigente en áreas de seguridad jurídica y actividad mercantil, nuestra empresa está obligada a contratar las siguientes pólizas de seguros:

Seguros obligatorios:

- **Seguro de responsabilidad civil:** seguro que responderá de los daños civiles que provoquemos con nuestra empresa en el desarrollo de la actividad mercantil o profesional.
- **Seguro a los trabajadores:** seguro que responderá de los daños que sufran los trabajadores en el desarrollo de la actividad profesional. Viene determinado según un convenio de colectivo.

A parte de los seguros obligatorios, hemos contratado un seguro opcional para el local de la empresa que cubriría daños materiales.

Seguros opcionales:

- **Seguro de daños materiales:** seguro que cubre los daños de incendio, inundaciones, averías de canalización, roturas de cristales o apartados sanitarios fijos.

5. ÀREA ECONÓMICO – FINANCIERA

Para iniciar una actividad mercantil, es necesario prever la cantidad de dinero que se va a necesitar para poner en marcha la empresa. Para ello se va a hacer un plan de inversiones iniciales que va a determinar la cantidad de capital inicial que deberán de aportar los socios para financiar la actividad empresarial.

La política empresarial determinara un sistema de cobro a los clientes y un sistema de pago a los proveedores. Esto se deberá de tener en cuenta posteriormente en la cuenta de resultados, en el plan de tesorería y en el balance de situación.

Se va a hacer una cuenta de resultados con el objetivo de calcular los beneficios o pérdidas de la empresa. Se hará de forma detallada para el primer mes (julio del 2013), y para los tres primeros años de forma más esquemática.

A parte de esto se elaborara un plan de tesorería para el primer año con el fin de controlar el movimiento de dinero entre los cobros y pagos que tiene la empresa.

Finalmente, se hará un balance de situación para los tres primeros años. Es un documento contable que muestra el patrimonio de la empresa, mostrando los beneficios obtenidos o las pérdidas sufridas al cierre del ejercicio.

5.1. Plan de inversiones iniciales

A continuación, se presentará el plan de inversiones iniciales de la siguiente manera:

Se indicarán detalladamente los importes a tener en cuenta de cada uno de los 11 apartados del plan. Finalmente se presentará una tabla resumen de estos 11 apartados con sus importes correspondientes donde al final de todo se verá el importe total del plan de inversiones iniciales.

1. EDIFICIOS, LOCALES Y TERRENOS	IMPORTE(€)
Alquiler del local	700
TOTAL	700

2. MAQUINARIA	IMPORTE (€)
Foróptero	2500
Biomicroscopio	4000
Base de sillón para el paciente	2100
Autorefractómetro	5000
Retinoscopio	450
Oftalmoscopio	450
Caja con lentes de prueba	330
Proyector y Optotipos	400
Material pruebas adicionales	100
Tonómetro de aire	6000
Material para terapia visual	1500
Frontofocómetro	3800
Tracer	2500
Material de taller	150
TOTAL	29.280

3. INSTALACIONES	IMPORTE (€)
Alta de teléfono fijo + internet ADSL	60
Cambio de nombre de titular agua, gas, luz: 21€ cada cambio.	63
Instalación de cartel luminoso con el nombre de la óptica	280
Adecuaciones del local: Pintar todo el local, Limpieza general	350
TOTAL	753

4. EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACIÓN	IMPORTE (€)
2 ordenadores torre	1400
2 impresoras (con modo escáner y fotocopiadora)	110
1 teléfono fijo	15
Teléfono Fax	50
TOTAL	1.575

5. APLICACIONES INFORMÁTICAS	IMPORTE (€)
Sistema informático de base de datos de los pacientes	7000
Sistema informático para el control del stock existencial	3000
Programa informático para encargos de lentes oftálmicas	1000
TOTAL	11.000

6. MOBILIARIO	IMPORTE (€)
4 escritorios	160
8 sillas	160
Mueble para el mostrador con cajoneras	100
14 lineales para exposición de gafes	300
1 estantería expositor	30
Muebles/cajoneras para guardar gafes	400
Mueble para guardar las LC	100
Otros muebles de almacén	150
TOTAL	1.400

7. DEPÓSITOS Y FIANZAS	IMPORTE (€)
Depósito alquiler local (3 alquileres)	2100
Seguros	500
TOTAL	2.600

8. GASTOS DE CONSTITUCIÓN E INICIAR EN MARCHA	IMPORTE (€)
Tasas notariales	400
Permiso de obertura del ayuntamiento	600
Publicidad de lanzamiento	2500
TOTAL	3.500

9. EXISTENCIAS	IMPORTE (€)
9.1. GAFAS	21750
9.2. LENTES DE CONTACTO	6410
9.3. LÍQUIDOS DE MANTENIMIENTO	601
TOTAL	28.761

9.1. EXISTENCIAS EN GAFAS	IMPORTE (€)
Proveedor LUXOTTICA	
250 monturas de graduado (Pvo* por montura entre 20-60€ según marca)	6250
200 monturas de sol (Pvo por montura entre 30-80€ según marca)	7000
Proveedor SAFILO	
150 monturas de graduado (Pvo por montura entre 25-65€ según marca)	4500
100 monturas de sol (Pvo por montura entre 35-80€ según marca)	4000
Proveedor Silhouette	

40 monturas de graduado de exposición sin coste (las ventas se harán por encargo)	0
TOTAL	21.750

* Pvo: Precio de venta al óptico.

9.2. EXISTENCIAS EN LENTES DE CONTACTO (blísteres de prueba)	IMPORTE (€)
Proveedor Conóptica	
50 cajas de LC diarias esféricas (Pvo* por caja = 18€)	900
30 cajas de LC mensuales esféricas (Pvo por caja = 22€)	660
20 cajas de LC multifocales esféricas (Pvo por caja = 29€)	580
Proveedor Ciba Vision	
100 cajas de LC diarias esféricas (Pvo por caja = 12€)	1200
50 cajas de LC mensuales esféricas (Pvo por caja = 18€)	900
30 cajas de LC multifocales esféricas (Pvo por caja = 23€)	690
Proveedor Bausch & Lomb	
20 cajas de LC diarias esféricas (Pvo por caja = 14€)	280
60 cajas de LC mensuales esféricas (Pvo por caja = 20€)	1200
TOTAL	6.410

* Pvo: Precio de venta al óptico.

9.3. EXISTENCIAS EN LÍQUIDOS DE MANTENIMIENTO PARA LAS LC	IMPORTE (€)
Soluciones salinas	
Sensitive eyes (Bausch & Lomb) 20 unidades (Pvo* = 3€ la unidad)	60
Softwear saline plus (Ciba Vision) 20 unidades (Pvo = 2€ la unidad)	40
Soluciones únicas	
Opti Free (Alcon) 20 unidades (Pvo = 4€ la unidad)	80
Renu (Bausch & Lomb) 10 unidades (Pvo = 5€ la unidad)	50
Bio true (Bausch & Lomb) 6 unidades (Pvo = 7€ la unidad)	42
AO Sept (Ciba Vision) 20 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	60
Peróxidos	
Easy Sept (Bausch & Lomb) 10 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	30
AO Sept Plus (Ciba Vision) 10 unidades (Pvo= 3€ la unidad)	30
Oxysept (AMO) 10 unidades (Pvo =6€ la unidad)	60
Limpiadores	
Limpiador diario para LC blandas (Bausch & Lomb) 15 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	45
Limpiador diario para LC semi-rígidas (Bausch & Lomb) 10 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	30
Clear care (Ciba Vision) 8 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	24
Lágrimas artificiales y humectantes	
Viscofresh (Allergan) 10 unidades (Pvo = 2€ la unidad)	20
Tear Humectant (Alcon) 10 unidades (Pvo = 3€ la unidad)	30
TOTAL	601

* Pvo: Precio de venta al óptico.

10. OTROS GASTOS	IMPORTE (€)
Material de oficina	100
Productos de limpieza	30
Imprevistos	10000
TOTAL	10.130

11. PREVISION DE FONDO	IMPORTE (€)
Importe necesario para mantener la empresa el primer trimestre	10000
TOTAL	10.000

INVERSIONES INICIALES	IMPORTE TOTAL (€)
1. Edificios, locales y terrenos	700
2. Maquinaria	29.280
3. Instalaciones	753
4. Equipos para procesos de información	1.575
5. Aplicaciones informáticas	11.000
6. Mobiliario	1.400
7. Depósitos y fianzas	2.600
8. Gastos de constitución e iniciar en marcha	3.500
9. Existencias	28.761
10. Otros gastos	10.130
11. Previsión de fondo	10.000
TOTAL	99.699 €

5.2. Plan de financiación

La financiación de este plan de empresa se hará a partir de los recursos propios de los dos socios de la sociedad y de la siguiente manera:

- Doña V.S. aportara 60% de la financiación del plan
- Don D.M. aportara 40% de la financiación del plan

Cantidad total aportada: 106.699 €

Inversión inicial = 99.699 € → Sobran 7.000€ que figurarán como saldo inicial en caja. Se ve reflejado en el plan de tesorería (Anexo 4).

5.3. Sistema de cobrar a los clientes

La forma de pago de los clientes será de manera inmediata al recibir el artículo/servicio en caso de una venta directa. En caso de encargos, el pago se puede realizar a dos plazos (una paga y señal del 50% del importe al hacer el pedido y la resta en la entrega del mismo).

Descuentos fijos

Se aplicaran en todos los artículos que superan un importe de 20€. En casos de promociones y/o ofertas especiales no se aplicarán los descuentos fijos.

- 10% descuento universitario (presentando el carné universitario o matrícula en vigor)
- 20% descuento carné joven (presentando el carné joven: personas entre 16 y 26 años)
- 10% descuento para familias numerosas (para familias de 4 miembros o más)
- Descuento 'Pack terapia visual': Con la compra de 7 sesiones de terapia visual → 1 sesión gratis (precio por sesión 60€).

5.4. Sistema de pago a los proveedores

Gafas

- *Luxottica, Sáfilo y Silhouette*: Pago a los tres meses.

Descuentos:

- 15% de descuento de obertura. (aplicable sólo en el primer pedido de gafas)
- 10% de descuento con la compra de 100 monturas o más. (no aplicable en el pedido de obertura)



Lentes oftálmicas

- *Prats*: Pago al mes.

En caso de que un cliente no recoge sus gafas/cristales en plazo de dos meses desde la fecha de encargo, el fabricante *Prats* nos da la posibilidad de abonar los cristales.

Lentes de contacto y Líquidos de mantenimiento

- *Conóptica*: Pago al mes.
- *Ciba Visión*: Pago al mes.
- *Bausch & Lomb*: Pago al mes.

Descuentos:

- 10% de descuento de obertura. (aplicable sólo en el primer pedido de LC)

5.5. Cuenta de resultados.

A continuación, se presentará la cuenta de resultados de la siguiente manera:

- Cuenta de resultados detallada del primer mes (julio 2013): Especificando los importes de cada apartado tanto de los ingresos como de los gastos y finalmente presentando una tabla resumen de ingresos – gastos donde se verá el resultado final del primer mes.
- Cuenta de resultados del primer año (de 01/07/2013 – 01/07/2014). Se presentará en forma de tabla por meses. (Anexo 3)
- Cuenta de resultados de los tres primeros años (07/2013 - 07/2014, 07/2014 - 07/2015, 07/2015 - 07/2016). Se presentará en forma de tabla por años. (Anexo 3)

INGRESOS julio 2013

Venta de artículos (julio 2013)

ARTÍCULOS	Gafas	LC	Líquidos de mantenimiento para las LC	Lentes oftálmicas
PROVEEDORES				
<i>Luxottica</i>	89 monturas 8.722€	-	-	-
<i>Sáfilo</i>	60 monturas 6.300€	-	-	-
<i>Silhouette</i>	9 monturas 1.800€	-	-	-
<i>Ciba visión</i>	-	38 cajas 836€	39 unidades 351€	-
<i>Boush & Lomb</i>	-	28 cajas 728€	20 unidades 160€	-
<i>Conóptica</i>	-	15 cajas 420€	17 unidades 187€	-
<i>Alcon</i>	-	-	14 unidades 126€	-
<i>AMO</i>	-	-	8 unidades 64€	-
<i>Allergan</i>	-	-	7 unidades 49€	-
<i>Prats</i>	-	-	-	144 lentes 38€ (precio medio por lente)
TOTAL según artículo (€):	16.822 €	1.984 €	937 €	5.472€
TOTAL (€):	25.215 €			

Venta de servicios (julio 2013)

SERVICIOS con coste*	TERAPIA VISUAL
Nº DE SESIONES + IMPORTE	2 sesiones (60€/sesión)
	120€
TOTAL (€)	120€

*Nota: La resta de servicios optométricos (graduaciones, adaptaciones de lentes de contacto, revisiones de la salud ocular, etc.) no tendrán coste.

TOTAL VENTAS (julio 2013): Artículos + Servicios = **25.335 €**

GASTOS julio 2013

Compra de artículos (julio 2013)

Hace referencia al punto 9 del plan de inversiones iniciales:

9. EXISTENCIAS	IMPORTE (€)
9.1. GAFAS	21750
9.2. LENTES DE CONTACTO	6410
9.3. LÍQUIDOS DE MANTENIMIENTO	601
TOTAL (julio2013)	28.761

Compra de lentes oftálmicas *Prats* (julio 2013)

Lentes oftálmicas <i>Prats</i>	Monofocales	Progresivos	Bifocales	Otras lentes
Cantidad* +	80 lentes	58 lentes	4 lentes	2 lentes
Importe medio**	9€ por lente	18€ por lente	11€ por lente	8€ por lente
TOTAL según tipo de lente (€)	720€	1.044€	44€	16€
TOTAL (€)	1.824 €			

***Nota:** Las cantidades indicadas son en total y sin especificar las características de del tipo de monofocal, progresivo, etc.

****Nota:** El importe indicado es precio de coste (Pvo) y es un promedio ya que el precio de cada lente puede variar según las características de la misma (índices de refracción, material, etc).

TOTAL COMPRAS (julio 2013)	Existencias	Lentes oftálmicas
Importe total según categoría (€)	28.761€	1.824€
TOTAL (€)	30.585 €	

Variación de existencias (julio 2013)

VARIACIÓN DE EXISTENCIAS (stock general)	GAFAS	LENTES DE CONTACTO	LÍQUIDOS DE MANTENIMIENTO
Stock inicial (01/07/2013)	750 monturas	360 cajas	179 unidades
Stock al cabo de un mes (31/07/2013)	592 monturas	279 cajas	74 unidades
Diferencia de stock*	158 monturas	81 cajas	105 unidades

***Nota:** Las cantidades indicadas son en total y sin especificar detalladamente el tipo de gafas (graduado o sol) o tipo de lentes de contacto (diarias, mensuales, etc.) o tipo de líquido de mantenimiento (solución única, peróxido, etc).

Servicios externos (julio 2013)

SERVICIOS EXTERNOS (julio 2013)	IMPORTE (€)
Consumo de agua, luz y gas	160
Alquiler local	700
Seguro del local (anual)	500
Tasas servicio de gestoría (trimestral)	350
Material de oficina	100
Teléfono, ADSL cuota mensual	40
Publicidad y propaganda	2500
Varios (productos limpieza, higiene, etc.)	30
TOTAL	4.380

Gastos de personal (julio 2013)

Personal de la tienda: 3 personas.

- Personal contratado: 1 óptico – optometrista.
- Socios de la empresa:
 - Doña V.S. óptico- optometrista y comercial.
 - Don D.M. Comercial.

GASTOS DE PERSONAL (Julio 2013)	IMPORTE (€)
Nóminas del personal contratado (en bruto) (1 óptico-optometrista: 1350€)	1350
Seguridad social del personal	240
Nóminas de los socios (2 socios: 1300€ cada uno)	2600
Seguridad social de los socios (2 socios: 240€ cada uno)	480
TOTAL	4.670

Gastos financieros (julio 2013)

GASTOS FINANCIEROS (julio 2013)	IMPORTE (€)
Descuentos sobre las ventas*: <ul style="list-style-type: none"> • Descuento universitario (10%): 438,45€ • Descuento carné joven (20%): 315,62€ • Descuento familia numerosa (10%): 43,12€ 	797,19
TOTAL	797,19

***Nota:** Los datos de los descuentos aplicados sobre las ventas se pueden obtener a través del sistema informático.

Amortizaciones (julio 2013)

Las amortizaciones del plan se han calculado mensual y anualmente y hacen referencia a los apartados 2, 3, 4, 5, y 6 del plan de inversiones iniciales.

- **2. Maquinaria** (Total: 29.280 €). Vida útil 10 años.
 - Cantidad amortizada para 1 año: 10% del total = **2.928 €** → cantidad amortizada por mes = $2928/12 = 244€$
- **3. Instalaciones** (Total: 753€). Vida útil 5 años.
 - Cantidad amortizada para un año: 20% del total = **150,60 €** → cantidad amortizada por mes = $150,60/12 = 12,55€$
- **4. Equipos para procesos de información** (Total: 1.575 €). Vida útil 10 años.
 - Cantidad amortizada para un año: 10% del total = **157,50 €** → cantidad amortizada por mes = $157,50/12 = 13,125 €$
- **5. Aplicaciones informáticas** (Total: 11.000 €). Vida útil 10 años.
 - Cantidad amortizada para un año: 10% del total = **1.100 €** → cantidad amortizada por mes = $1100/12 = 91,66 €$
- **6. Mobiliario** (Total: 1.400 €). Vida útil 10 años.
 - Cantidad amortizada para un año: 10% del total = **140 €** → cantidad amortizada por mes = $140/12 = 11,66 €$

AMORTIZACIONES	MENSUALES	ANUALES
IMPORTE TOTAL (€)	373 €	4.476,10 €

Previsiones (julio 2013)

Importes aplicados a las ventas de los clientes que no han pagado a tiempo sus encargos o simplemente no los han pagado nunca.

A fecha de 31/07/2013 en la óptica se encuentran 12 encargos pendientes de pagar con un importe total de **1.020 €**. El motivo por el cual no se han pagado a finales de julio de 2013 es que a esta fecha aún se han entregado.

CUENTA DE RESULTADOS. JULIO 2013.	
INGRESOS	SALDO (€)
Ventas	25.335
TOTAL INGRESOS	25.335
GASTOS	
Compras	30.585
Variación de existencias (nº artículos stock)	Indica nº de artículos (ver tabla pág.51)
Servicios externos	4.380
Gastos de personal	4.670
Gastos financieros	797,19
Amortizaciones	373
Previsiones	1.020
TOTAL GASTOS	41.825
DIFERENCIA (+ ingresos – gastos)	+ 25.335 – 41.825
RESULTADO FINAL	-16.490

La cuenta de resultados de julio del 2013 nos indica, que durante el primer mes de negocio la empresa se queda en números negativos. Este resultado no es preocupante ya que la sociedad dispone de una previsión de fondo (10.000€) y gastos imprevistos (10.000€) que pueden cubrir las pérdidas.

Cuenta de resultados primer año (01/07/2013 – 30/06/2014) y

Cuenta de resultados tres primeros años (2013/14, 2014/15, 2015/16)

→ Anexo 3.

5.6. Plan de tesorería.

El plan de tesorería se ha presentado en forma de tabla por meses y para un plazo de un año.

→ Anexo 4.



5.7. Balance de situación.

El balance de situación se ha presentado en forma de tabla para los tres primeros años.

→ Anexo 5.

5.8. Resultados

Cuenta de resultados

Los resultados obtenidos indican que al final del primer año la empresa facturará unos beneficios de alrededor de 43.000€. No obstante, el primer mes tendrá pérdidas significativas pero, esto se verá compensado en los meses posteriores. En el segundo y tercer año, los beneficios aumentarán y se esperan resultados anuales entre 52.000 – 56.000€.

Plan de tesorería

El plan de tesorería nos demuestra que durante el primer año de la actividad de la empresa, el movimiento de dinero entre cobros y pagos no quedara en negativo lo que significa que la empresa cubre todos sus pagos con lo que gana y el capital inicial es suficiente para no tener que pedir ningún préstamo bancario al menos durante el primer año.

Balance de situación

El balance de situación es un control de la situación de la empresa en un momento determinado, en este caso al finalizar el primer, el segundo y el tercer año. Es un documento contable que muestra el patrimonio de la empresa, mostrando los beneficios obtenidos o las pérdidas sufridas al cierre del ejercicio.

6. CONCLUSIONES

En este plan de empresa se estudió la factibilidad de abrir un negocio en Rosas (Gerona) relacionado con la actividad óptico – optométrica y venta de artículos relacionados con la salud visual.

Ante todo se ha realizado un estudio del mercado actual y se han analizado las características de las empresas competidoras. A partir de allí se han establecido las características de la empresa que se va a crear y se han tenido en cuenta los componentes principales de un plan de marketing: el producto/servicio, el precio, la distribución y la promoción. La selección de productos a ofrecer se ha determinado en función de lo que ofrece la competencia. Con el fin de destacar ante las demás ópticas en Rosas, se han marcado dos objetivos claros: proponer más variedad en marcas y establecer precios de venta más económicos que la competencia. Se considera que de esta forma la óptica “*Vista Roses*” tendrá más posibilidades de atraer clientes e imponerse en el mercado actual.

Desde punto de vista de organización y gestión, se puede afirmar que la plantilla de personal de la óptica cumple los requisitos profesionales, necesarios para realizar las funciones de óptico – optometrista o comercial de ventas. Esto es un punto fuerte que tendremos ya que algunas de las empresas competidoras no disponen de suficiente personal con lo cual no atienden bien sus clientes.

La forma jurídica de la empresa es de gran importancia para su gestión. En este caso, la empresa será una Sociedad Limitada formada por dos socios. El beneficio de la empresa se repartirá entre los dos socios de forma irregular ya que uno de ellos aporte 60% del capital y el otro 40%. Se ha optado por esta forma jurídica ya que tiene algunas ventajas importantes: la responsabilidad se limita solo al capital social (no se pueden embargar patrimonios individuales) y el capital inicial mínimo es muy reducido (3.005,6€) y no existe un capital máximo.

En la última parte del trabajo, área económico – financiera, se han descrito los presupuestos necesarios para iniciar en marcha el negocio, se han definido las formas de cobro a los clientes y de pago a los proveedores, y se han elaborados tres documentos contables: cuenta de resultados (tres primeros años), plan de tesorería (para el primer año) y el balance de situación (tres primeros años). A partir de los resultados obtenidos se puede ver que la empresa tendría beneficios durante los tres primeros años.



Una vez analizados todos los apartados del plan empresarial, podemos afirmar que la creación de una empresa con estas características en Rosas es totalmente factible.

Efectivamente, no se puede tener la seguridad que la empresa se va a desarrollar de la manera que hemos previsto, pero todos los estudios son objetivos con lo cual los resultados obtenidos, también podrían llegar a serlo.



7. BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

- GONZALEZ, MANUEL J. Y AMELIA PEREZ. "Introducción a la Economía". PEARSON EDUCACION S.A. Madrid. 2004
- MOCHÓN, FRANCISCO. "Economía Básica". Segunda edición. McGraw-Hill. España.1992.
- Donnelly. Gibson. Ivancevich. "Fundamentos de dirección y administración de empresas". Mc.Graw.Hill. 2004.
- Plan general de contabilidad de Pymes, Real Decreto 1515/2007. 2ª Ed, Ediciones CEF
- DEL RÍO GONZÁLEZ, CRISTÓBAL. "El presupuesto". México, Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales, SA de CV, 2000.
- Finch, Brian. "Cómo desarrollar un plan de negocios". Barcelona: Gedisa, 2002. 174p. (HD30.28.F5E).
- Apuntes de la asignatura Economía y gestión de empresas, del curso académico 2012 – 2013, FOOT (UPC).

ARTÍCULOS:

- "Cómo preparar un plan de empresa brillante (I): los ingredientes del éxito". En Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar, No.12, Sept.-Oct., 1998, p.21-28.
- "Cómo preparar un plan de empresa brillante (II): los ingredientes del éxito". En Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar, No.13, Nov.-Dic., 1998, p.22-28.

INTERNET:

- <http://www.murciaempresa.com/guia/index.php?id=18>
- http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/empresas/contratos_trabajo/
- http://www.grupoprats.com/index_0.html
- <http://www.safilo.com/>
- <http://www.luxottica.com/en/>
- http://www.bausch.com/es_ES/
- <http://www.cibavision.es/index.shtml>
- <http://www.conoptica.es/>
- <http://www.silhouette.com/es/es/home/#>



8. ANEXOS

- Anexo 1: Contrato laboral de la persona contratada
- Anexo 2: Permisos, licencias y documentación oficial
- Anexo 3: Cuenta de resultados
- Anexo 4: Plan de tesorería
- Anexo 5: Balance de situación



Anexo 1: Contrato laboral de la persona contratada



MINISTERIO
DE EMPLEO Y
SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES



código de control

SIN BONIFICACIONES DE CUOTAS
A LA SEGURIDAD SOCIAL 1 0 0
 CON BONIFICACIONES DE CUOTAS
A LA SEGURIDAD SOCIAL 1 5 0

DATOS DE LA EMPRESA

CIF/NIF/INE E-9999999		
D/DA V.S.	NF/NE X7777777W	EN CONCEPTO (1) Directora
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA Optica Vista Roses		DOMICILIO SOCIAL c/ Francesc Macià 6
PAIS ESPAÑA	MUNICIPIO ROSES	C. POSTAL 1 7 4 8 0

DATOS DE LA CUENTA DE COTIZACIÓN

REGIMEN	COO. PROV.	NÚMERO	DIG. CONTR.	ACTIVIDAD ECONOMICA
---------	------------	--------	-------------	---------------------

DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO

PAIS ESPAÑA	MUNICIPIO ROSES	C. POSTAL 1 7 4 8 0
----------------	--------------------	------------------------

DATOS DEL/DE LA TRABAJADOR/A

D/DA M.S.	NF/NE 99999999-K	FECHA DE NACIMIENTO 01 / 01 / 1986
MPAFILIACIÓN S.S.	NIVEL FORMATIVO ÓPTICO - OPTOMETRISTA	NACIONALIDAD ESPAÑOLA
MUNICIPIO DEL DOMICILIO ROSES	PAIS DOMICILIO ESPAÑA	

Con la asistencia legal, en su caso, de D./Dña. _____
con N.I. F/INE _____ en calidad de (2) _____

DECLARAN

- 1. Que la empresa, en el momento de la contratación, tiene una plantilla inferior a 50 trabajadores .
- 2. Que la empresa se acoge a los incentivos fiscales o a las bonificaciones a la Seguridad Social contemplados en el artículo 4 de la Ley 3/2012, de 6 de Julio (BOE de 7 de Julio) Si NO
- 3. Que si se acoge a los incentivos contemplados en el art.4 de la Ley 3/2012 , de 6 de Julio , (BOE de 7 de Julio) , se compromete a mantener en el empleo al trabajador al menos 3 años, así como mantener el nivel de empleo en la empresa alcanzado con este contrato durante, al menos un año desde la celebración del mismo y cumplir el resto de requisitos de acuerdo con el art. 4 de la citada Ley.

CLÁUSULAS

PRIMERA: El/la trabajador/a prestará sus servicios como (3) ÓPTICO - OPTOMETRISTA Incluido en el grupo profesional de _____ para la realización de las funciones (3) ÓPTICO - OPTOMETRISTA de acuerdo con el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa, en el centro de trabajo ubicado en (calle, nº y localidad) calle Francesc Macià número 6, Roses

SEGUNDA: La duración del presente contrato será INDEFINIDA, iniciándose la relación laboral con fecha 01/07/2013 y se establece un periodo de prueba de un año en todo caso.

TERCERA: La jornada de trabajo será:

A tiempo completo: la jornada de trabajo será de 40 horas semanales, prestadas de 9:30 a 20:30, con los descansos establecidos legal o convencionalmente.

<http://www.sepe.es>

Mod. PE-161A(1)

Anexo 2: Permisos, licencias y documentación oficial

(Documento extraído de: <http://www.murciaempresa.com/guia/index.php?id=26>)

Sociedad limitada

- a) Solicitud de la Certificación Negativa de Denominación (CNN) ante el Registro Mercantil Central (vigencia 2 meses a efectos del otorgamiento de la escritura). El nombre queda reservado por 15 meses. Registro Mercantil Central.
- b) Depósito Bancario en la entidad financiera del capital social exigido:- Sociedad Limitada (3.005,06).- Sociedad Anónima (25% del capital social, mínimo 60.101,21) (Certificado validez 2 meses). Entidad Bancaria.
- c) Redacción de Estatutos y Otorgamiento de la Escritura de Constitución (el notario redacta la escritura, se otorga la misma y se suscriben los estatutos ante el notario). La constitución de la sociedad se realiza en un sólo acto llamado "fundación simultánea". Notaría.
- d) Obtención del CIF Provisional aportando copia simple de la escritura (se exige para tramitar la inscripción en el Registro Mercantil. Se solicita una vez otorgada la escritura y con anterioridad a la liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPYAJD). Declaración Censal válida para solicitar conjuntamente el NIF y la Declaración de Inicio de actividad (validez 6 meses). Agencia Estatal de la Agencia Tributaria (AEAT)
- e) Liquidación del ITPYAJD por operaciones societarias. Impuesto de Sociedades (IS) 1% del capital social (dentro de los 30 días hábiles siguientes al otorgamiento de la escritura). Dirección General de Tributos de la Comunidad autónoma correspondiente.
- f) Inscripción de la Sociedad en el Registro Mercantil Provincial, en el plazo de dos meses desde el otorgamiento de la escritura. (Dicho registro se encargará de completar la publicidad de la fundación de la sociedad mediante su publicación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil BORME). Registro Mercantil Provincial correspondiente.
- g) Obtención del CIF definitivo, una vez inscrita la sociedad. Agencia Estatal de la Agencia Tributaria (AEAT)
- h) Legalización de los libros de las sociedades. Registro Mercantil Correspondiente.

- i) Alta en el Impuesto de Actividades Económicas IAE (10 días antes del inicio de la actividad). Agencia Estatal de la Agencia Tributaria (AEAT)
- j) Inscripción de la Empresa en la Seguridad Social antes del inicio de la actividad si va a contratar trabajadores. Tesorería General de la Seguridad Social.
- k) Licencias Municipales.
- l) Comunicación de Apertura de Centro de Trabajo, Autorizaciones y Registros. Comunidad Autónoma.
- m) Libros de Visita. Inspección Provincial de Trabajo y Asuntos Sociales.
- n) Alta en el Régimen Especial de trabajadores autónomos de la Seguridad Social, Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Tesorería General de la Seguridad Social.
- p) Alta y/o Afiliación de las/os trabajadoras/es en el Régimen General de la Seguridad Social (trabajadores por cuenta ajena). Tesorería General de la Seguridad Social.

Si la forma elegida es Sociedad Limitada o Limitada Nueva Empresa se facilita la tramitación al poder acceder los PAIT (puntos de asesoramiento e inicio de tramitación) en la que se asesora, se informa y se crean estas empresas sin necesidad de trasladarse de un organismo a otro.

Brevemente la tramitación en estos casos se reduce a envío de la documentación al PAIT; preparación del DUE; firma del DUE; paso por Notaría; Cif provisional; y en el plazo de unos 8 a 10 días está inscrita en el Registro Mercantil.



Anexo 3. Cuenta de resultados.

CUENTA DE RESULTADOS	MESES											
	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13	01/14	02/14	03/14	04/14	05/14	06/14
1r año: 01/07/2013 – 30/06/2014												
INGRESOS												
Ventas	25.335	26.987	27.587	22.125	18.789	21.635	20.124	18.451	18.123	20.744	22.361	24.154
TOTAL INGRESOS (€)	25.335	26.987	27.587	22.125	18.789	21.635	20.124	18.451	18.123	20.744	22.361	24.154
GASTOS												
Compras	30.585	5.422	4.594,5	12.845	6.412	7.452	9.897	3.457	8.784	12.784	4.589	7.458
Servicios externos	4.380	2.578	1.978	2.546	2.014	1.785	3.150	2.845	1.784	2.031	1.845	1.145
Gastos de personal	4.670	4.670	4.670	4.670	4.670	6.260	4.698	4.698	4.698	4.698	4.698	6.288
Gastos financieros	797,19	915	750	987	798	1.545	312	548	466	628	556	345
Amortizaciones	373	373	373	373	373	373	373	373	373	373	373	373
Previsiones	1.020	877,80	546	785	451	359	1.452	699	295	697	897	509
TOTAL GASTOS (€)	41.825	14.836	12.911	22.206	14.718	17.774	19.882	12.620	16.400	21.211	12.958	16.118
DIFERENCIA	+25.335	+26.987	+27.587	+22.125	+18.789	+21.635	+20.124	+18.451	+18.123	+20.744	+22.361	+24.154
(+ ingresos – gastos)	-41.825	-14.836	-12.911	-22.206	-14.718	-17.774	-19.882	-12.620	-16.400	-21.211	-12.958	-16.118
RESULTADO MENSUAL FINAL (€)	-16.490	+12.151	+14.676	-81	+4.071	+3.861	+242	+5.831	+1.723	-467	+9.403	+8.036
RESULTADO ANUAL FINAL (€)	+ 42.956 €											



Anexo 3. Cuenta de resultados.

CUENTA DE RESULTADOS	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO
3 PRIMEROS AÑOS			
INGRESOS			
Ventas	266.415	275.374	281.369
TOTAL INGRESOS (€)	266.415	275.374	281.369
GASTOS			
Compras	114.280	113.451	112.871
Servicios externos	28.081	29.648	30.031
Gastos de personal	59.388	60.587	61.362
Gastos financieros	8.647,19	8.457	9.106
Amortizaciones	4.476	4.476	4.476
Previsiones	8.587,8	6.124	7.699
TOTAL GASTOS (€)	223.459	222.743	225.545
Diferencia	266.415	275.374	281.369
(+ingresos – gastos)	- 223.459	- 222.743	-225.545
RESULTADO ANUAL FINAL (€)	+42.956	+52.631	+55.824



Anexo 4: Plan de tesorería

PLAN DE TESORERÍA	Meses											
	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13	01/14	02/14	03/14	04/14	05/14	06/14
1r año												
COBROS												
Ventas	25.335	26.987	27.587	22.125	18.789	21.635	20.124	18.451	18.123	20.744	22.361	24.154
IVA (21%)	15.252*21%	16.500*21%	15.152*21%	13.455*21%	8.478*21%	9.877*21%	8.653*21%	8.120*21%	9.444*21%	11.200*21%	12.510*21%	15.200*21%
	=(3.202,92)	=(3.465)	=(3.181,92)	=(2.825,55)	=(1.780,38)	=(2.074,17)	=(1.817,13)	=(1.705,2)	=(1.983,24)	=(2.352)	=(2.627,1)	=(3.192)
IVA (10%)	10.083*10%	10.487*10%	12.435*10%	8670*10%	10.311*10%	11.758*10%	11.471*10%	10.331*10%	8679*10%	9544*10%	9.851*10%	8.954*10%
	=(1.008,3)	=(1.048,7)	=(1.243,5)	=(867)	=(1.031,1)	=(1.175,8)	=(1.147,1)	=(1.033,1)	=(867,9)	=(954,4)	=(985,1)	=(895,4)
IVA TRIMESTRE (suma 21% + 10%)	-	-	13.150,34	-	-	9.754	-	-	8.553,67	-	-	11.006
TOTAL COBROS (€)	25.335	26.987	40.737,34	22.125	18.789	31.389	20.124	18.451	26.676,67	20.744	22.361	35.160
PAGOS												
Proveedores	8.835	5.422	29.120	7.845	6.412	12.845	3.450	4.125	9.897	5.346	4.620	12.784
IVA pagado a proveedores (21%)	-	-	11.522*21%	-	-	7.451*21%	-	-	4.123*21%	-	-	6.890*21%
			=(2.419,62)			=(1.564,71)			=(865,83)			=(1.446,9)
IVA pagado a proveedores (10%)	8.835*10%	5.422*10%	17.598*10%	7.845*10%	6.412*10%	5.394*10%	3.450*10%	4.125*10%	5.774*10%	5.346*10%	4.620*10%	5.894*10%
	=(883,5)	=(542,2)	=(1.759,8)	=(784,5)	=(641,2)	=(539,4)	=(345)	=(412,5)	=(577,4)	=(534,6)	=(462)	=(589,4)
IVA TRIMESTRE (suma 21% + 10%)	-	-	5.605,12	-	-	3.529,81	-	-	2.200,73	-	-	3.032,9
IS (28%*COBROS)	7.093,80	7.556,36	11.406,45	6.195	5.260,92	8.788,92	5634,72	5.166,28	7.469,4	5.808,3	6.261	9.844,8
Personal (neto)	3.950	3.950	3.950	3.950	3.950	5.300	3.950	3.950	3.950	3.950	3.950	5.300
Seguridad Social	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
Publicidad y Promoción	2.500	1.000	1.000	1.000	1.000	500	500	500	500	500	500	500
Alquileres	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Suministros	200	220	200	250	280	290	320	350	300	260	230	220
Gastos varios	1.020	877,8	546	785	451	359	1.452	699	295	697	897	509
TOTAL PAGOS (€)	25.018,8	20.445,56	53.247,6	21.445	18.733,9	33.032,7	16.726,72	16.210,28	26.032,13	17.981,30	17.878	33.610,7
COBROS - PAGOS	316,2	6.541,44	-12.510,3	680	15,08	-1.643,7	3.397,28	2.240,72	644,54	2.762,7	4.483	1.549,3
SALDO INICIAL	7.000	7.316,2	13.857,64	1.347,34	2.027,34	2.042,42	398,72	3.796	6.036,72	6.681,26	9.443,96	13.926,96
SALDO FINAL	7.316,2	13.857,64	1.347,34	2.027,34	2.042,42	398,72	3.796	6.036,72	6.681,26	9.443,96	13.926,96	15.476,26



Anexo 5: Balance de situación

BALANCE ACTIVO	PRIMER AÑO (30/06/2014)	SEGUNDO AÑO (30/06/2015)	TERCER AÑO (30/06/2016)
ACTIVO NO CORRIENTE			
GASTOS DE ESTABLECIMIENTO			
Gastos de constitución	3.500	1.500	1.500
INMATERIALES			
Aplicaciones informáticas	11.000	11.000	11.000
Amort. Acom. Inmovilizado inmaterial	- 1.100	- 2.200	- 3.300
MATERIALES			
Maquinaria	29.280	29.280	29.280
Otras instalaciones	753	753	753
Mobiliario	1.400	1.400	1.400
Equipos para el proceso de información	1.575	1.575	1.575
Amort. Acom. Inmovilizado material	- 3.376	- 6.752	- 10.128
FIANZAS Y DEPÓSITOS A LARGO PLAZO			
Seguro del local (anual)	500	500	500
Depósito de alquiler	2.100	2.100	2.100
ACTIVO CORRIENTE			
Seguro del local (anual)	500	500	500
Depósito de alquiler	2.100	2.100	2.100
Existencias	28.147	20.684	22.338
DEUDORES			
Clientes	12.311	10.452	11.369
CUENTAS FINANCIERAS			
Caja en efectivo	15.476	25.451	24.784
Bancos con cuentas corrientes	53.797	113.397	176.020
SUMA ACTIVO	162.439	211.740	271.791

BALANCE PASIVO	PRIMER AÑO (30/06/2014)	SEGUNDO AÑO (30/06/2015)	TERCER AÑO (30/06/2016)
PATRIMONIO NETO			
NO EXIGIBLE			
Capital social	106.699	106.699	106.699
Reservas ejercicio	42.956	52.631	55.824
Resultados ejercicios anteriores		42.956	98.780
PASIVO CORRIENTE			
EXIGIBLE A CORTO PLAZO			
Proveedores	12.784	9.454	10.488
SUMA PASIVO	162.439	211.740	271.791