

ANEXO 2

VI Concurso



Categoría:
Proyecto Empresarial
Detallado.

Título:

ECOFARMA S.L.



Índice

1. Plan de Marketing	3
2. Plan de Operaciones / Producción	4
3. Plan de Recursos humanos	5
4. Plan de Inversiones y localización.....	6
5. Plan Económico - Financiero.....	7
6. Forma Jurídica y Puesta en marcha.....	8



1. Plan de Marketing:

En los últimos años se viene apreciando un auge creciente de los Servicios que ofrece el mercado, relacionados con la apariencia física, la vida sana y el bienestar personal, lo que se traduce en un mayor gasto de los consumidores en las empresas del sector. Así como también se aprecia la preocupación de las personas por conocer el origen de los distintos productos que consumen y se le va dando mayor importancia a los productos artesanales de origen natural que es en lo que mayormente se enfoca nuestra parafarmacia cosméticos y productos de uso e higiene personal tolerables para cualquier tipo de piel.

Finalmente, conviene tener presente que el consumidor, gracias a la alta competencia existente en el sector está cada vez es más exigente con los servicios que demanda de modo que además del servicio y producto en sí, también busca un ambiente agradable, con una imagen y decoración atractivas, así como con una atención personalizada y profesional. De ahí que el sector tienda cada vez más, tanto hacia una especialización profesional como a una diversificación de sus servicios, por ejemplo, nuestra empresa aparte de proporcionar una alta diversificación de productos también proporcionara servicios complementarios como realización de estudios del tipo de piel, etc.

Entre las barreras de entrada que puede tener una empresa, una de las principales es la competencia, por eso en ECOFARMA buscamos no solo ubicar en el mercado un producto diferente y único sino también complementar la oferta de productos con servicios de estética y educacionales para los potenciales clientes recurrentes de la parafarmacia, con el objeto de la fidelización de estos y generación de posible nueva y amplia clientela

Dentro del plan de marketing se incluye:

1.1 Producto o Servicios:

(véase apartado 2. Plan de Operaciones / Producción)



Junta Castilla y León





1.2 Precio:

La política de precios estará establecida por una parte en función de los costes de la empresa, y por otra atendiendo a los precios de la competencia para hacer un servicio lo más accesible posible, la mayoría de los productos ofertados en una parafarmacia suelen tener los mismos precios que las competencias (PVL(precio de venta del laboratorio) + Margen comercial + IVA= PVP(precio de venta al público) , pero lo que nos diferenciara en este aspecto será el precio de nuestros productos de elaboración artesanal que se harán teniendo en cuenta los siguientes aspectos: el coste de la materia prima, materiales empleados en la elaboración desde lo utilizados en el proceso de fabricación , como el material de acondicionamiento, tiempo invertido y el personal cualificado para desarrollar dicha actividad. Tras realizar un análisis llegamos a los siguientes precios:

- Geles faciales para pieles sensibles y con imperfecciones 15 €
- Geles faciales para piel normal 10 €
- Geles faciales para piel grasa 10 €
- Geles faciales para piel seca 10 €
- Geles faciales para piel madura 10 €

- Tónico facial para piel normal 12 €

- Tónico facial para piel sensible y con imperfecciones 12 €
- Tónico facial para piel grasa 12 €
- Tónico facial para piel seca 12 €

- Mascarilla facial multiusos con caléndula y rosa mosqueta 16 €
- Mascarilla facial anti-imperfecciones con caolín y mentol 16 €
- Mascarilla facial piel madura con avena y esencia de mandarina 12€

- Crema hidratante para piel seca 8 €

- Crema anti-imperfecciones 18 €



- Crema hidratante para piel madura 15 €
- Crema multiusos para todo tipo de piel 15 €

A continuación, los precios de los servicios ofertados:

Las charlas y talleres serán gratuitas para los clientes poseyentes de la tarjeta de fidelización y para los otros tendrán cada una un coste de 5 €

- Estudio profundo del tipo y necesidad de la piel 9 €
- Limpieza profunda de la piel 19 €
- Tratamientos específicos 15 €

1.3 Distribución:

Nuestra empresa cuenta con productos de elaboración propia, por lo cual el canal de venta es del productor al consumidor. También contamos con una tienda online con disponibilidad las 24 horas del día para facilitar el acceso a todos los productos ofertados en la parafarmacia a los consumidores, cabe resaltar que la empresa se hará responsable del transporte y envío de todos aquellos productos que se adquieran online.

1.4 Comunicación:

Una de las piezas clave para informar a los clientes sobre todos los productos y servicios ofertados en la empresa especialmente siendo una nueva empresa en un sector donde hay mucha competencia. Para asegurarnos de tener la mejor comunicación, la empresa empleará los siguientes medios:

- o La publicidad: la empresa hará uso de la publicidad con el objetivo de darse a conocer y atraer el máximo número posible de clientes potenciales
- o Publicidad directa: Mediante envío de folletos informativos por correo (lo que se suele llamar buzoneo) con el objetivo de informar a los clientes de los servicios que se ofrecen, además de persuadir con ofertas atractivas. En él se incluirá un mapa para que el cliente sepa donde se ubica la parafarmacia



- o Tarjetas de visita: Mediante esta herramienta el cliente identificará el establecimiento y su ubicación, y conocerá la forma de contacto con la empresa. Se suministrarán en el propio local y se pondrán a disposición de aquellos que se realicen cualquier tratamiento para la piel
- o Web de la empresa: Se creará una página web para informar a los clientes de todos los productos y servicios ofertados en la parafarmacia, esta misma también será nuestra tienda online disponible las 24 horas del día. La web constara de información sobre el proceso de elaboración y el origen de la materia prima empleada en nuestros productos artesanales, así como también información con respecto al local, su ubicación, el horario, los servicios, la disponibilidad de reservar cita, etc. También tendrá un apartado de opiniones y sugerencias con el objeto de conocer los aspectos en los cuales puede mejorar la empresa y la experiencia de los consumidores con nuestros productos. La URL será: www.ecofarma.es
- o Redes sociales (Instagram y Facebook): Esta es la forma más actual de llegar a la gente y no tiene coste alguno. La mayoría de las personas, y también empresas, están registradas en alguna de las redes sociales. Facebook e Instagram son unas de las redes que abarca más diversidad de público, desde jóvenes hasta personas adultas.
- o Promoción de ventas: uno de los objetivos de la empresa aparte de la fidelización de clientes será ofrecer servicios que sean accesibles para el mayor número de personas posible por lo cual contaremos con un bono, una tarjeta de puntos donde por cada servicio adquirido se sellara un numero en la tarjeta y al llegar a los 5 sellos el próximo servicio será gratis. A continuación una ilustración del borrador del bono:



ECOFARMA

BONO 5 Abierto de lunes a sábado

Mañanas: de 10:30 a 14:00

Tardes: de 17:00 a 21:00

1

2

3

4

5

- o Promoción “ayudemos al medioambiente”: constara en que los clientes que adquieran uno de nuestros productos artesanales nos devuelvan el envase donde ha sido acondicionado para obtener un 5% de descuento en su próxima compra
- o Venta personal: Los empleados de la empresa tratarán de vender los servicios a través de la comunicación directa con los clientes. Les informarán de la gama de servicios y productos que se ofrecen, escucharán cuáles son sus requerimientos y les aconsejarán acerca del servicio y producto que más se adecue a sus necesidades. Mediante este tipo de comunicación se intentará crear confianza, preferencia y fidelidad.

ESTUDIO DE MERCADO

Un buen plan de marketing va acompañado de un correcto estudio de mercado y viceversa

ANÁLISIS EXTERNO:

Macroentorno

El primer paso que debe darse para elaborar el plan de empresa consiste en analizar el entorno que le rodea a partir de los factores más influyentes, como lo son: los factores económicos,



políticos y legales, tecnológicos, socioculturales y medioambientales

Factores económicos: Deben tenerse muy presentes en la valoración del entorno del negocio que se pretende poner en marcha, está constituido por los de tipo económico. Tendremos en cuenta que actualmente España se encuentra en crisis económica y se hace cada vez más difícil tener acceso a un crédito bancario y por lo tanto recursos suficientes para cubrir los gastos que genera una apertura de una nueva parafarmacia en una localidad como la ciudad de salamanca en la cual ya existen muchas empresas de nuestro mismo sector

Factores políticos y legales: Son de gran importancia ya que no solo podrían afectar a la empresa, sino también a todos los ciudadanos en sí. En cuanto a las parafarmacias, no se rigen bajo una estricta legislación, pero nuestra empresa al contar con un laboratorio y productos de elaboración propia debe cumplir con una serie de requisitos legales para poder comercializar nuestros distintos productos

Factores tecnológicos: En cuanto al proceso de elaboración de nuestros productos, se hará de forma artesanal, sin embargo, se empleará el uso de maquinarias para el acondicionamiento de los mismos, se empleará también el uso del internet para la apertura de nuestra tienda online a la cual se podrá acceder las 24 horas de día, igualmente se hará uso de aplicaciones informáticas para la gestión de la empresa

Factores Socioculturales: En relación con las características de la potencial clientela del sector conviene señalar que, si bien es cierto que la inmensa mayoría sigue siendo femenina, poco a poco el sector va ganando terreno entre la población masculina. De manera creciente la población masculina va adquiriendo interés por dar importancia al aspecto físico y a la vida sana, valorando cada vez más los servicios que ofrece el mercado relacionados con su bienestar personal.



En nuestra empresa contamos también con productos de primera necesidad de modo que será recurrida por todo tipo de consumidores ya sea de clase media o alta, también al contar con cosméticos y productos de higiene personal tolerables para cualquier tipo de piel, aumentamos el número de clientes al ofrecer nuestros productos naturales

Factores Medioambientales: Cada vez más la población se va concienciando más con respecto a la generación de residuos, reciclaje, etc. Y el impacto que tiene esto para el planeta. En nuestra parafarmacia buscamos concienciar a los individuos aún más con respecto al tema de la generación de residuos y los motivamos a involucrarse con el reciclaje de nuestros materiales de acondicionamiento contando con promociones como, por ejemplo, si nos devuelven un bote de crema finalizado tendrán un 5% de descuento en su próxima compra

MICROENTORNO

El microentorno es una parte esencial del marketing y se concentra de forma específica en los factores que afectan a nuestra empresa y aquellas del mismo sector, lo controlamos con el objetivo de ubicar nuestra empresa como una de las más recurrentes en Salamanca y que nuestros productos resulten lo más atractivos posible a los potenciales consumidores. Entre estos factores se encuentran: la competencia, los proveedores y clientes

La competencia: Actualmente el sector de la parafarmacia ha ganado más territorio, por lo tanto, el nivel de competencia es alto especialmente en una localidad como Salamanca y hay una amenaza ya que al ser un sector de alta rentabilidad se generan nuevas entradas de competidores constantemente. En nuestra empresa además de contar con una alta gama y diferenciación de productos parafarmacéuticos provenientes de los laboratorios y proveedores más fiables de todo el territorio español como por ejemplo, AVENE, BIODERMA, entre otros, también contamos con nuestros propios productos cosméticos y de cuidado e higiene personal elaborados en nuestro laboratorio y lo más importante



con materias primas de origen 100% natural , no testados en animales, etiquetados y acondicionados en material 100% reciclable.

Proveedores: Son aquellos que nos proporcionan las materias primas de la mejor calidad, indispensables para la elaboración de los cosméticos y productos de higiene y uso personal, como, por ejemplo, geles, jabones, cremas, entre otros que se fabrican en la propia empresa. Así como también las empresas que nos proporcionan los productos de primera necesidad y parafarmaceuticos

Clientes: serán los potenciales compradores/consumidores forman una parte clave de la empresa ya que en parte depende ellos la rentabilidad de la misma, uno de los aspectos de nuestra empresa que nos diferencia del resto de empresas del mismo sector es que nuestros productos de elaboración propia al ser elaborados a partir de materias primas naturales son tolerables para cualquier tipo de piel, lo cual puede resultar atractivo a los potenciales clientes, también contamos con diversos servicios complementarios como por ejemplo, un estudio personalizado del tipo de piel con el objetivo de conseguir los productos que más se adapten a las necesidades específicas de los distintos clientes. Todo esto encaminado a la fidelización de los clientes recurrentes de la parafarmacia y generación de clientes nuevos

ANÁLISIS INTERNO

En nuestra empresa contamos con los distintos perfiles mencionados a continuación vamos a recalcar los aspectos positivos y negativos de cada uno de ellos

Wanda la rosa con experiencia en marketing que nos puede proporcionar las mejores técnicas y métodos para captar la atención de los potenciales clientes, sin embargo, cuenta con poca experiencia en el sector de la parafarmacia y elaboración de productos cosméticos



Vanesa Sánchez con experiencia y conocimientos de farmacia podrá resolver cualquier duda que puedan tener los clientes y proporcionarles mucha información útil, como aspecto negativo no tiene muchos conocimientos en cuanto al marketing y los factores que influyen al introducir un producto nuevo en el mercado

Y para finalizar Rocío Macías de la Corte que será la pieza clave en la elaboración de los cosméticos y productos de uso e higiene personal gracias a sus conocimientos, como aspecto negativo tampoco cuenta con muchos conocimientos en marketing y ventas

ANÁLISIS DAFO

Este análisis se obtiene a partir del análisis del interior y exterior de la empresa teniendo en cuenta los aspectos positivos y negativos obtenemos las siguientes conclusiones:

Debilidades: La poca experiencia en el sector, presupuesto limitado, escasos recursos humanos

Amenazas: Alto nivel de competidores, abaratamiento de los precios del mercado

Fortalezas: Adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas, competitividad en precios y plazos de entrega

Oportunidades: Mejoras medioambientales, aplicación de tecnologías innovativas, mejora de costes mediante elaboración artesanal de productos



2. Plan de Operaciones / Producción

Nuestra empresa se distingue de otras parafarmacias por ser la única en la ciudad de Salamanca que cuente con un laboratorio para la fabricación de productos a partir de ingredientes de origen 100% natural, somos conscientes del gasto económico que generara dicha actividad, sin embargo, también somos conscientes de que el sector de la parafarmacia es un sector en crecimiento y muy buscado por los consumidores.

Se trata por lo tanto de aprovechar las oportunidades que ofrece el sector, pero teniendo en cuenta las dificultades que pueden encontrarse a la hora de crear una empresa y conseguir que sea viable. Dicho de otro modo, para desarrollar esta idea de negocio se elaborará el correspondiente plan de empresa mediante el cual se tratará de explicar todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir esta idea en realidad, analizando de este modo la viabilidad del proyecto. Para alcanzar este objetivo general del trabajo se llevarán a cabo una serie de fases de análisis, cada una de las cuales constituye un objetivo parcial de este estudio. Así, no podrá llegarse a ninguna conclusión válida sin realizar previamente un análisis exhaustivo del entorno y una descripción detallada de la empresa, de los servicios que se ofrecerán, de las estrategias que deberán seguirse, y un proyecto económico financiero que permita determinar la viabilidad económica del proyecto.

La producción artesanal elabora productos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas, equipos y herramientas de laboratorio, uno de las principales características que distingue nuestros productos, aparte de su proceso de elaboración es el empleo de materias primas 100% naturales y la ausencia de químicos, conservantes o colorantes que puedan alterar las propiedades o naturaleza de la materia prima y por lo tanto el producto, La producción artesanal utiliza herramientas manuales y trabajadores muy cualificados como por ejemplo, en



nuestra empresa Vanesa quien dirige y realiza todas las tareas necesarias para la transformación de las materias primas en productos. Cada una de estas tareas o funciones, generalmente, se corresponde con un determinado oficio. Normalmente, la producción artesanal se adapta a las exigencias de los clientes porque posee una gran flexibilidad para llevar a cabo las operaciones necesarias para la conformación del producto lo que también buscamos es mejorar la tolerancia para cualquier tipo de piel y posible cliente que esté interesado en adquirir nuestros productos independientemente de su sexo o edad. A pesar de que hagamos mayor énfasis en aquellos productos de elaboración propia también dispondremos de una alta gama de productos de primera necesidad y de parafarmacia provenientes de los mejores y más fiables laboratorios y proveedores de España.

Con respecto a los **servicios** ofertados en nuestra parafarmacia se dividen en dos ámbitos de actividad por un lado charlas y talleres con respecto a nuestros productos artesanales, concienciación con respecto al medioambiente, entre otras con el objeto de informar sobre distintas enfermedades de la piel y adopción de buenos hábitos de vida saludable. Y por otro lado servicios de limpieza facial, tratamientos específicos como el acné y estudio profundo de las necesidades y tipo de piel



3. Plan de Recursos humanos

El plan de recursos humanos es una de las partes más importantes de un plan de empresa. Más aun cuando se trata de una empresa que aparte de brindar una diversa gama de productos también ofrecemos servicios, que por definición debe distinguirse por realizar una actividad con una calidad y unos resultados adecuados para atraer y mantener una clientela. Si a esto se le añade que los servicios que constituyen el objeto del negocio están relacionados con el bienestar y el cuidado personal, no es de extrañar que la selección del personal que deba prestar estos servicios sea crucial para el éxito de la empresa.

Clasificación del personal:

Artículo 13.

Desde el 1 de enero de 2015, la clasificación profesional se ajustará a los grupos profesionales establecidos en el presente Título.

Los trabajadores afectados por el presente Convenio, en atención a las funciones que desarrollen, dentro de las áreas funcionales existentes y de acuerdo con las definiciones que se especifican en el artículo siguiente, serán clasificados en grupos profesionales.

Las áreas funcionales son:

- Producción.
- Mantenimiento.
- Servicios.
- Administración e informática.
- Comercial.

Para determinar la correcta clasificación profesional de cada tarea, función o el puesto de trabajo del que se trate, se atenderá a su contenido básico esencial, teniendo en cuenta la posibilidad de que en cada grupo profesional se pueden realizar tareas de carácter complementario, que pudieran ser básicas de puestos de trabajo de otros grupos profesionales.



En aquellos supuestos en los que, por las pequeñas dimensiones del centro de trabajo o unidad organizativa, la aplicación de los contenidos de esta nueva clasificación profesional, pudiese conllevar la realización por una misma persona, de una o varias tareas y/o funciones de diferentes grupos profesionales, se tendrán en cuenta los elementos y criterios de trabajos que en mayor medida se desempeñen, así como la pertenencia a superior puesto Grupo Profesional.(fuente documento BOE-A-2019)

[https://www.boe.es/eli/es/res/2019/07/18/\(4\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2019/07/18/(4))

En principio, las necesidades de personal de la empresa se concretan en la contratación de tres personas. Esta previsión se establece de acuerdo con los servicios que pretende dar la empresa y que se detallan en un apartado anterior de este trabajo. Concretamente, se prevé la contratación de 3 promotores:

Wanda, que se encargara de las tareas de oficina como, por ejemplo, la publicidad, promociones de la empresa, imagen corporativa, etc. Así también como atención al cliente

Para la prestación de los servicios que ofrece la empresa se encargara **Vanesa** será la responsable de realizar los tratamientos específicos de la piel, y de las charlas y talleres que se realizaran en el establecimiento, ya que cuenta con el perfil profesional adecuado para desarrollar esta actividad

Y, por último, **Rocío** que será la responsable de la elaboración y distribución de los productos que se elaboren en el propio establecimiento, desde el proceso de elaboración, control de calidad, etc. También se encargará del manejo de la página web de la empresa

- Los costes salariales del primer año serían los siguientes:

Salario	Seguridad social	Total primer año
1800€x 14 meses x 3 = 75.600€	290€x12 mesesx3 = 10.440€	86.040€

A estos gastos salariales o de personal, también deberían incluirse los gastos en servicio de asesoramiento o gestoría, ascendiendo los mismo a la cantidad de 105€/mes= 1260€ al año



Categoría profesional	Salario Base Unitaria mensual	Seg.social Coste mensual a cargo de la empresa	Número de trabajadores	Total Coste Salarial mensual	Total Primer año
Técnico en farmacia	1.800€	290€	1	2.090€	28.680€
Lic. En farmacia	1.800€	290€	1	2.090€	28.680€
Lic. En farmacia	1.800€	290€	1	2.090€	28.680€

Horarios

El horario laboral consiste en la distribución concreta de los tiempos de trabajo en una empresa, o lo que es lo mismo el tiempo concreto durante el cual el trabajador debe ponerse a disposición de su empleador. La confección de los horarios es competencia exclusiva de la empresa teniendo en cuenta las posibles restricciones que pudiera establecer, en su caso, el convenio colectivo correspondiente. En este caso, el convenio colectivo del sector no establece ninguna restricción específica, de modo que pueden implantarse unos horarios considerados normales o estándar (40 horas semanales con un máximo de ocho horas al día). Por otro lado, se opta por establecer una jornada partida, esto es en dos tramos, uno por la mañana y otro por la tarde con un descanso entre ambos tramos. Además, se completa la jornada estableciendo un horario de trabajo para los sábados por la mañana. Esta circunstancia es perfectamente legal, puesto que con carácter general la ley garantiza un día y medio ininterrumpido de descanso semanal, que deberá disfrutarse en domingo y en la



tarde del sábado o la mañana del lunes. Respecto al periodo de vacaciones anuales, se cerrará todo el mes de agosto. Por tanto, los horarios de trabajo que se establecerán son los siguientes:
Mañanas De 10:00 a 14:00
Y tardes de 17:00 a 21:00

4. Plan de Inversiones y localización

Todas las empresas necesitan inversiones. Una inversión es la **vinculación duradera a recursos financieros** para activos tangibles e intangibles. Las inversiones no solo repercuten en los activos no corrientes de una empresa, sino también indirectamente en los activos corrientes. La planificación de inversiones es, por lo tanto, un componente central para llevar a cabo un plan estratégico de negocio y se incluye dentro del plan económico-financiero de la empresa. **(Véase apartado 5. Plan Económico – Financiero)**

Las inversiones no solo se asocian con las grandes inversiones de capital y con un compromiso de capital a largo plazo, sino que las decisiones de inversión también tienen un impacto significativo en la estructura de costes de una empresa. Por lo tanto, antes de



invertir dinero en un proyecto empresarial, es mejor determinar exactamente cuánto capital necesitas gastar para desarrollarlo. Los requisitos de capital de una inversión se determinan gracias al plan de inversión, que no solo sirve como **base para calcular la inversión** necesaria, sino también para determinar en parte el pronóstico de rentabilidad. El análisis de todos los costes asociados con la inversión es, por lo tanto, el requisito previo para la valoración económica.

INVERSIONES INICIALES

CONCEPTO	
INSTALACIONES (ACONDICIONAMIENTO LABORATORIO)	15000€
MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y UTILLAJE	6000€
MOBILIARIO	2000€
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1500€
SOFTWARE	1000€
TOTAL	25.500€

*MAQUINARIA:

Uno de los aspectos más importantes de la empresa y lo que más nos distingue de otras empresas del mismo sector, son nuestros productos cosméticos artesanales, para su elaboración debemos contar con la siguiente maquinaria y utillaje de laboratorio:

- Reactores, mezcladores y secadores rotativos para líquidos
- Máquinas de elevación y manipulación (sistema de ascensor)
- Máquinas para el Lavado de contenedores
- Prensador para el acondicionamiento del producto final

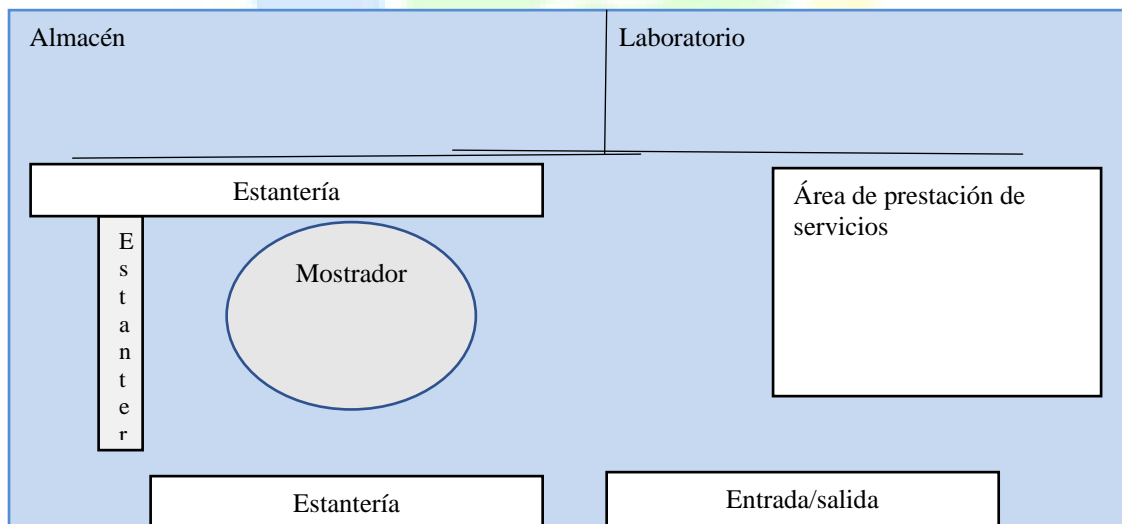


- Equipos de creación de semisólidos
- Agitador eléctrico
- Buretas, matraces, pipetas espátulas, vasos precipitados, pinzas, pistilos, morteros, tamices, embudos, balanza de precisión y analítica, dispensador a presión, cuchara de medición, jeringa desechable estéril, soportes, varillas y vidrio reloj.

También contaremos con botellines, frascos, envases para el acondicionamiento de los productos serán elaborados de material 100% reciclable

Localización: Salamanca, C/Toro, 84

En nuestra empresa está toda la estructura esta estratégicamente diseñada para que aquellos potenciales clientes que entren a la parafarmacia visualicen y entren en contacto con la gama de productos ofertados. A continuación, una ilustración del local y como estará estructurado





5. Plan Económico - Financiero

Ofrece una visión general de la fase inicial y del posible funcionamiento de la empresa. Esto se ve reforzado con la información incluida en la cuenta de pérdidas y ganancias y el balance provisional y la previsión de tesorería.

(Véase punto 4. Plan de Inversiones y localización para las inversiones iniciales de la empresa)

Gastos para crear la empresa

Concepto	
Abogado	900€
notario	900€
registro mercantil	200€
libros sociales y legalización de libros sociales	105€
promoción de la empresa y campaña de lanzamiento	1000€
reserva de denominación social	1200€
gestor	345€
total	4650€

Gastos de comienzo de actividad

Concepto	
STOCK MINIMO DE EXISTENCIAS INICIALES	18000€
RESERVA DE DINERO EN EFECTIVO PARA GASTOS DE LOS PRIMEROS MESES	6000€



total inversiones y gastos	54150€
-----------------------------------	---------------

Plan de financiación

Se realizará una aportación inicial de 10.000€ por cada socio, el resto se financiará:

- Con un préstamo bancario a 3 años que nos han concedido al 8% de interés anual a tipo fijo
- Una subvención que ha sido solicitada para financiar la compra de los equipos informáticos y el software cuya cuantía es de 2.500€ y que nos ha sido concedida a fondo perdido

Plan de financiación

aportación de los socios	30000€
préstamo bancario	21650€
Subvención (equipos informáticos y software)	2500€
total	54150€

Amortización financiera

Se ha pedido un préstamo bancario de 21650€ a 3 años y nos han concedido al 8% de interés anual a tipo fijo

Años	Intereses Pagados	Devuelto en el año	Total Devuelto	Pendiente de devolver
1	1948€	6604.47€	6604.47€	15045.33€
2	1354.08€	7198.89€	13803.36€	7846.64€
3	706.20€	7846.77€	21650.13€	0€



Amortización del inmovilizado

El cálculo que se ha hecho de las amortizaciones es el siguiente:

elementos	Valor de adquisición	Coefficiente lineal máximo	Cuota De Amortización anual
instalaciones	15000€	10%	1500€
maquinarias y herramientas	6000€	12%	720€
mobiliario	2000€	10%	200€
Equipos informáticos	1500€	26%	390€
software	1000€	26%	200€
		total	3010€

Previsión de tesorería

	1ºtrimestre	2ºtrimestre	3ºtrimestre	4ºtrimestre	total
COBROS					
Aportación empresario	30.000€				30.000€
Ventas	31.350€	36.000€	28.150€	38.000€	122.500€
prestamos	21.650€				21.650€
subvenciones		2.500€			2.500€
Total cobros	83.000€	38.500€	28.150€	38.000€	176.650€
PAGOS					
Proveedores	6.000€	8.400€	4.500€	7.500€	26.400€
Sueldos y salarios	16.200€	21.600€	16.200€	21.600€	75.600€



Seguridad social	2.610€	2.610€	2.610€	2.610€	10.440€
Impuestos y tasas				350€	350€
publicidad	1.000€	1.000€	1.000€	1.000€	4.000€
Suministros	300€	300€	300€	300€	1.200€
Servicios Exteriores (gestoría)	315€	315€	315€	315€	1.260€
Primas de seguros	114€	112€	112€	112€	450€
inversiones	25.500€				25.500€
Intereses del préstamo	487€	487€	487€	487€	1.948€
Devolución de prestamos	1.651,12€	1.651,12€	1.651,12€	1.651,12€	6.604,48€
Gastos para crear la empresa	4.650€				4.650€
Total pagos	58.827,12€	36.475,12€	27.175,12€	35.925,12€	158.402,48€
Diferencia cobros/pagos	24.172,88€	2.024,88€	974,88€	2.074,88€	18.247,51€
Saldo banco Cuenta corriente	24.172,88€	26.197,76€	27.172,64€	29.247,52€	

Con las entradas del dinero ha sido suficiente para hacer frente a las salidas, y a finales de año queda un saldo en la cuenta corriente de 29.247,52€



Cuenta de pérdidas y ganancias

Cuenta de resultados	Año 1º	Cuenta de resultados	Año 1º
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ingresos por venta	122.500€	Compras de materiales	
Subvenciones a fondo perdido	650€	Gastos De personal (salarios y Seg.Social)	86.040€
		Publicidad	4000€
		tributos	350€
		suministros	1200€
		servicios externos (gestoría)	1260€
		seguros	450€
		Amortizaciones	3010€
		Gastos para crear empresa	4650€
Total Ingresos de explotación	123.150€	Total gastos de explotación	100.960€
Ingresos financieros		Gastos financieros	
Ingresos financieros	0€	Intereses préstamo	1.948€



Total De Ingresos financiero	0€	Total gastos financieros	0€
Resultados de explotación		22.190€	
Resultados financieros		-1.948€	
Resultados antes de impuesto		20.242€	

En cuanto a los resultados previstos antes de impuestos, son positivos, puesto que para el primer año se obtienen unos beneficios de 22.190€, lo que supone un 18% sobre las ventas.

Balance de situación

activo		pasivo	
		patrimonio neto	31.850€
		capital	30.000€
		subvención	1.850€
		pérdidas y ganancias	20.242€
activo no corriente	22.490€	pasivo no corriente	15.045,53€
inmovilizado material		préstamo bancario	15.045,53€
inversiones en bienes de capital	25.500€		
amortización	-3.010€		
activo corriente	44.980€	pasivo corriente	0
banco c/c	44.980€		
total	67.470€	total	46.895,53€

La situación patrimonial de la empresa es la siguiente: el activo es superior al pasivo, lo que implica ganancias, presenta además una buena liquidez, lo que significa que está lejos de la



suspensión de pagos; tiene buena solvencia, lo que supone que está lejos de la quiebra.

La relación entre fondos propios y deudas resulta también favorable, por lo que, si lo necesitara, podría asumir sin problema una deuda más; por último, la relación entre las deudas a corto y a largo plazo es muy buena

En resumen, puede decirse que ECOFARMA, S.L, goza de una situación patrimonial positiva

Valoración final

Después de haber realizado este proyecto, sobre la posible viabilidad de nuestra empresa hemos podido llegar a la conclusión de que es posible y viable llevarlo al mercado, va a resultar efectivo.

El primer año estableceríamos comunicación con el mercado, es decir vamos a dar a conocer y llamar la atención de los clientes potenciales. Una vez hayamos pasado esta etapa de comunicación, creemos, por los estudios que hemos realizado que nuestro negocio será atractivo para los clientes y por lo tanto obtendremos beneficios con apenas dificultades

Además, hay que añadirle la formación y experiencia que tenemos los promotores, así como la ilusión, determinación y motivación de estos



6. Forma Jurídica y Puesta en marcha

Hemos elegido como forma jurídica la sociedad de responsabilidad limitada principalmente por la separación de derechos y obligaciones que existen entre la persona jurídica y los miembros que la componen, y la separación de uno y otro patrimonio (el de la persona natural y el de la persona jurídica) además de por las siguientes ventajas e inconvenientes que presenta esta forma jurídica:

FORMA JURÍDICA	VENTAJAS	INCONVENIENTES
SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LOS SOCIOS • ÓRGANOS DE GESTIÓN SIMPLÉS: JUNTA GENERAL DE SOCIOS Y ADMINISTRADOR • IDÓNEA PARA SOCIEDADES PEQUEÑAS CON ESCASOS NÚMEROS DE SOCIOS (MÍNIMO 1), Y MENOR INVERSIÓN (MÍNIMO 3000€) 	<ul style="list-style-type: none"> • DESEMBOLSO TOTAL DE CAPITAL • LIMITES A TRANSMISIBILIDAD DE PARTICIPACIONES Y COMPLEJOS FORMALISMOS • POCAS POSIBILIDADES DE CAPTACIÓN DE CAPITAL AJENO

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA EMPRESA

Forma jurídica: sociedad de responsabilidad limitada

Razón social: ECOFARMA S.L.

C.I.F: B37008065

Domicilio social: calle toro numero 84

Capital social: 30.000€

% desembolso: 100% (repartido a partes iguales entre los 3 promotores)

Número de socios: 3

Relación socios (nombre y DNI):

- Vanesa Sánchez Nieto 32402162N
- Rocío Macías De la Corte 41227183M
- Wanda La Rosa Y6122210F



Órganos de administración: Junta general de socios formada por los tres promotores administradores: Wanda la rosa, Vanesa Sánchez y Rocío Macías de la Corte

TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA Y PUESTA EN MARCHA

- 1) Redacción de la escritura de constitución y de los estatutos.
Hemos acudido a una notaría para realizar dicha escritura y redactar los estatutos de nuestra empresa, posteriormente ha sido inscrita en el Registro Mercantil por la propia notaria
- 2) Solicitud de certificación negativa del nombre o razón social
Lo hemos solicitado al Registro Mercantil Central a través de la página web www.rmc.es, se trata de un certificado que acredita que el nombre de nuestra empresa "ECOFARMA. S.L" no existía previamente
- 3) Otorgamiento ante notario de la escritura pública de constitución y aprobación de los estatutos
La constitución se ha realizado mediante escritura pública (documento público otorgado ante notario, que ofrece la máxima seguridad jurídica en nuestro derecho) firmada por todos los socios fundadores por sí mismos. En la misma hemos hecho constar: identidad de los socios, voluntad de constituir la sociedad, aportaciones..., así como, los ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD, previamente aprobados por los promotores.
- 4) Inscripción en el Registro Mercantil
Posteriormente hemos inscrito en el Registro Mercantil de Salamanca la escritura pública de constitución, de esta manera nuestra Sociedad Limitada ha adquirido personalidad jurídica. Para ello hemos aportado la siguiente documentación:
 1. Estatutos Sociales de la Sociedad
 2. Certificación negativa del Registro Mercantil Central (original)
 3. Certificación bancaria de la aportación dineraria al capital social
 4. D.N.I. original de cada uno de los socios fundadores



5) Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y actos jurídicos documentados

A partir del Real Decreto-Ley 13/2010, 3 de diciembre quedaron exentas de este impuesto la constitución de sociedades, que antes había que liquidar en las oficinas de Hacienda de la Comunidad Autónoma, en un plazo de 30 días desde el otorgamiento de la escritura

6) Obtención del número de identificación fiscal (NIF)

Tras la firma de las escrituras nos hemos dirigido a Hacienda para obtener el Número de Identificación Fiscal (NIF) PROVISIONAL de nuestra sociedad, así como las etiquetas y tarjetas identificativas. Para ello hemos aportado debidamente complementado el modelo 036, la fotocopia del D.N.I del firmante y la fotocopia de la escritura de constitución de la empresa. De esta forma se nos ha asignado un N.I.F. provisional con una validez de 6 meses plazo en que la Sociedad deberá cambiarlo por el definitivo.

7) Alta en el censo de empresarios profesionales y retenedores

En esta declaración se detalla el comienzo, la modificación o el cese de la actividad. La debemos de presentar al ser empresarios con obligaciones tributarias. Para su expedición, es necesario aportar el modelo oficial 036, el N.I.F. de la sociedad y el documento acreditativo de alta en el Impuesto de Actividades Económicas

8) Declaración previa del inicio de la actividad

9) Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

Será necesario aportar el modelo 840 juntos con el N.I.F. en la administración tributaria del lugar donde se ejerce la actividad (Salamanca). En nuestro caso estamos exentos de este gravamen, es decir nuestra cifra de negocio es inferior a un millón de euros al año. En este caso solo es necesario aportar el modelo



036 de la declaración censal indicando los epígrafes IAE a los que nos acogemos

10) Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Se realiza previo al inicio de la actividad inscribiéndose en el régimen General de la Seguridad Social concretamente en la tesorería territorial. A nombre de la persona jurídica titular de la empresa y en el modelo oficial. Los documentos necesarios son: datos de identificación, en este caso presentamos el certificado de existencia del registro mercantil, alta en el impuesto sobre actividades económicas, copia de la escritura e impreso de alta de al menos uno de los trabajadores. Una vez inscrito te otorgan un número patronal que identifica la empresa

11) Afiliación y alta de los socios

En este caso los tres promotores nos hemos inscrito en el régimen especial de autónomos, ya que los tres llevamos a cabo funciones de dirección de empresa.

Para ello hemos presentado el modelo TA0521 en la administración de la seguridad social. En este modelo debemos indicar la actividad o actividades a las que nos vamos a dedicar. La Seguridad Social funciona con CNAE (clasificación nacional de actividades económicas), en lugar del IAE que emplea Hacienda.

Plazo de presentación: en caso de alta, previo al inicio de la a actividad hasta 60 días natural antes del inicio de la actividad

12) Legalización de los libros oficiales

Ya que la sociedad es de responsabilidad limitada, es obligatorio legalizar los siguientes libros oficiales:

- Libro diario
- Libro de inventarios y cuentas anuales
- Libro de registros de socios

Dicha legalización será llevada a cabo por el registro mercantil de Salamanca, con la finalidad de que su información no se pueda manipular con posterioridad



13) Solicitud de licencia de apertura

La hemos solicitado en el Ayuntamiento de Salamanca para la realización de actividades inocuas. Nos han autorizado para usar el local y las instalaciones, una vez comprobado que se cumplen todas las obligaciones que señala la Ley

14) Comunicación de apertura del centro de trabajo

Le comunicaremos a la Dirección Provincial de Trabajo de Salamanca la actividad que desarrollamos y el número de promotores (trabajadores). Complimentaremos este trámite en un periodo de 30 días tras el inicio de la actividad

La comunicación debe contener los siguientes datos:

- Datos de la empresa
- Datos del centro de trabajo
- Datos e producción y/o almacenamiento del centro de trabajo

15) Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos

16) Adquisición y sellado del libro de visitas

Desde el año 2015 el libro de visitas ya nos es necesario para los autónomos y empresarios que hayan iniciado a partir de esta fecha

ENLACES DE INTERÉS (PUESTA EN MARCHA)

[https://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Contenidos Comunes/La Agencia Tributaria/Modelos y formularios/Declaraciones/Resto de modelos/840/mod840e es es.pdf](https://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Contenidos_Comunes/La_Agencia_Tributaria/Modelos_y_formularios/Declaraciones/Resto_de_modelos/840/mod840e_es_es.pdf)

[https://www.aytosalamanca.gob.es/es/tramitesgestiones/docs/0553 Comunicacion de inicio de actividad o Solicitud de declaracion de conformidad.pdf](https://www.aytosalamanca.gob.es/es/tramitesgestiones/docs/0553_Comunicacion_de_inicio_de_actividad_o_Solicitud_de_declaracion_de_conformidad.pdf)



http://www.seg-social.es/wps/wcm/connect/wss/2374367f-6d2f-443f-b85d-d93001b99713/TA_0521_1+Simplificada+%28V9%29.pdf?MOD=AJPERES&CVID=

ANEXO

El plan de seguridad e higiene para nuestra empresa se ha elaborado, basándose en la documentación existente en el (BOE /RD/486/1997, de 14 de abril). En la Guía técnica para la evaluación y prevención de los riesgos relativos a la utilización de lugares de trabajo, así como, en la web del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo: <https://goo.gl/Nzh2h1>

MEDIDAS PREVENTIVAS ANTE LA NUEVA SITUACION CREADA POR EL COVID-19

El protocolo recomienda las siguientes medidas dentro de la farmacia:

Mantener la distancia de seguridad interpersonal de 1 metro (tanto con el público como entre el personal de la farmacia)

Tener previsto una zona reservada en la farmacia comunitaria donde poder trasladar a una persona con síntomas. En estos casos, se recomienda que el personal que le traslade hasta la zona reservada, se coloque mascarilla.

Evitar aglomeraciones dentro de la farmacia.

Limpiar y desinfectar frecuentemente las zonas de atención, particularmente cuando se atiende a una persona sospechosa.

Para los profesionales sanitarios de la farmacia el protocolo contempla:

No hacer uso generalizado de mascarillas salvo aquellas poblaciones donde existe un mayor foco de la infección y puede servir como refuerzo de las medidas de prevención.



Se recomienda el empleo de mascarilla y guantes en caso de contacto directo con el paciente (toma de tensión, pruebas bioquímicas u otros servicios).

Si el farmacéutico o el personal de la farmacia presenta síntomas sospechosos debe permanecer en su domicilio y contactar con el 112 o teléfono habilitado en cada Comunidad Autónoma. Además, contactará con el Colegio Oficial de Farmacéuticos para informar a la Comunidad Autónoma que tomará la decisión adecuada para garantizar la asistencia farmacéutica a la población.

Se recomienda aplazar las visitas de laboratorios farmacéuticos y otras empresas, salvo en casos que resulten imprescindibles para el normal funcionamiento de la farmacia comunitaria.

El objetivo de las nuevas medidas incorporadas es seguir reforzando y poniendo en marcha los mecanismos necesarios con el fin de que no se vea alterada la continuidad de la prestación farmacéutica a través de las 22.071 farmacias.

Como ya se anunció el pasado martes, esta tarde se celebrará una reunión online de la Comisión de Coordinación Autonómica para coordinar y hacer seguimiento de la situación en la prestación farmacéutica en todas las Comunidades Autónomas. Esta Comisión quedará abierta con reuniones periódicas para gestionar una respuesta ágil y eficaz ante diversos escenarios como podría ser la falta de suministro de determinados medicamentos y productos sanitarios.

Toda la información de las actuaciones de la Organización Farmacéutica en la emergencia COVID-19 está disponible en este enlace:

<https://www.portalfarma.com/Profesionales/campanaspf/Asesoramiento-salud-publica/infeccion-coronavirus-2019-nCoV/Paginas/default.aspx>