



toECOpunktu

**Manuela Carvalho García**

**Andrea Constenla Gama**

**Irene Tur de Bakker**

# INDICE

FASE 1. PRESENTACIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL.....	2
1.1. PRESENTACIÓN INTEGRANTES Y SELECCIÓN DE LA IDEA .....	2
1.2. EVALUACIÓN DE LA IDEA.....	6
1.3. PROS Y CONTRAS .....	7
1.4. ELECCIÓN DE NOMBRE Y LOGOTIPO .....	8
1.5. UBICACIÓN DEL NEGOCIO .....	9
FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.1 MACROENTORNO.....	11
2.2 MICROENTORNO.....	21
2.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	25
2.4. DIAGNÓSTICO PREVIO SOBRE LA FUTURA ACTIVIDAD. (DAFO) .....	31
2.5. PLAN COMERCIAL.....	32
2.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .....	35
FASE 3. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN .....	37
3.1 FORMA JURÍDICA .....	37
3.2. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN .....	38
3.2. TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA.....	39
3.2. REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.....	41
FASE 4. PLAN DE MARKETING.....	42
4.1. PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN .....	42
FASE 5. PLAN DE INVERSIÓN .....	45
5.1. INSTALACIONES.....	45
5.2. COSTES DE CONSTRUCCIÓN .....	56
5.3. MOBILIARIO Y DECORACIÓN.....	56
5.4. ADQUISIÓN DEL STOCK INICIAL .....	57
5.5. EQUIPO INFORMÁTICO .....	57
5.6. GASTOS INICIALES, CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA .....	58
5.7. FONDO DE MANIOBRA .....	58
5.8. MEMORIA DE LA INVERSIÓN.....	59
5.9. AYUDAS, SUBVENCIONES Y BONIFICACIONES.....	59
5.11. ESTIMACIÓN DE RESULTADOS .....	61
FASE 6. FINANCIACIÓN.....	62
6.1. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	62
6.2. MODO DE FINANCIACIÓN.....	62

# **FASE 1. PRESENTACIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL**

## **1.1. PRESENTACIÓN INTEGRANTES Y SELECCIÓN DE LA IDEA**

Este proyecto está ideado por tres alumnas de 2º del Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y Finanzas: Irene, Manuela y Andrea.

Somos un equipo formado por tres mujeres emprendedoras, en el que se une la madurez y la experiencia tanto vital como laboral de Irene y Manuela y la juventud, energía e intuición de Andrea.

Las tres hemos llegado al desarrollo de una idea que fusiona el conjunto de opciones que cada una ha propuesto:

La idea de Manuela era la de presentar un establecimiento basado en un restaurante/bar en el que además se impartirían clases de cocina.

Andrea, por otro lado, propuso una empresa de turismo activo basado en rutas, ludoteca, actividades lúdicas.

Irene apostaba por lo ecológico con una tienda de productos de proximidad libre de envases y recogida de residuos.

Así fue como surgió toECOpunku, una suma de las tres propuestas.

Cada una de nosotras aportamos nuestro esfuerzo e ideas para que este proyecto consiga su objetivo y llegue a buen puerto.

## **Irene Tur de Bakker**

Haarlem (Holanda) / 14 de abril de 1975

### **FORMACIÓN ACADÉMICA**

1989 – 1997	B.U.P. Instituto Santa María (Ibiza)
1998 – 2000 (Madrid)	Arquitectura de Interiores. Escuela de Artes Decorativas

### **IDIOMAS**

Castellano	Lengua materna
Catalán	Nivel alto hablado y escrito
Inglés	Nivel alto hablado y escrito
Francés	Nivel alto hablado y escrito
Holandés	Nivel medio hablado

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

1995 – 1997	Secretariado y Recepción. Escuela de Nuevas Músicas (Madrid)
1997 – 1998	Asistente Inmaculada Sañudo. Arquitecta de Interiores (Madrid)
2000 – 2001	Personal Manager y Traductora de Eliades Ochoa (Buena Vista Social Club) Tour USA 2000. Yeiye Management (Madrid)
2000 – 2001	Secretaria de castings junto a productor musical Manuel Aguilar (Madrid)
2001 – 2002	Creación de interiores con técnicas artísticas junto a Walter Masselis (Bélgica)
2002 – 2005	Secretariado y Recepción en Clínica Dental Rue Haute. (Bélgica)
2006 - 2007	Recepción en Complejo Aldea Bonsái (Ibiza)
2007 - 2008	Relaciones Públicas Aldea Bonsái Multipropiedad (Ibiza)
2008 – 2012	Secretariado y Recepción Clínica Dental Sara Guasch (Ibiza)
2012 – 2013	Recepción Hotel Don Carlos **** (Ibiza)
2015 – 2018	Gestión del Hotel Rural El Mirador de Orallo (León)

**Manuela Carvalho García**

Villaseca de Laciana / 3 de Junio de 1973

**FORMACIÓN ACADÉMICA:**

2019-2021            Técnico superior de administración y finanzas  
2002                    Técnico auxiliar de clínica

**TRABAJOS REALIZADOS:**

2005-2019            Ayudante de cocina en Restaurante Marga de Villablino  
2004                    Camarera en restaurante durante cinco meses

**IDIOMAS:**

Español              Nativo  
Inglés                Nivel medio

**HABILIDADES:**

Ofimática: Word, Excel, internet: nivel medio

**OTROS DATOS DE INTERÉS:**

Disponibilidad horaria  
Carnet de conducir B1  
Coche propio  
Certificado de manipulador de alimentos

## **Andrea Constenla Gama**

Cangas del Narcea / 05 de Diciembre de 1998

### **FORMACIÓN ACADÉMICA**

2011-2014	CPEB de Cerredo (ESO)
2016-2018	Bachillerato de Artes Instituto IES Gil y Carrasco de Ponferrada.
2019	Monitora de tiempo libre

### **IDIOMAS**

Castellano	Lengua materna
Inglés	Nivel alto hablado y escrito
Coreano	Nivel básico

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

2018	Camarera en la cafetería Jaime
2019	Camarera en el Bar del Pensionista. Cerredo
2019	Monitora de tiempo libre en Camping Villablino
2020	Monitora de tiempo libre en la Central de Reservas Fuentesviator. Cerredo.

## 1.2. EVALUACIÓN DE LA IDEA

Teniendo en cuenta la degradación económica que sufre el Valle de Laciana desde el cierre del sector minero y agravada notablemente este año debido a la pandemia, tuvimos clara la necesidad de apostar por un concepto totalmente innovador que respetase la parte tradicional del entorno y las costumbres de sus habitantes.

Haciendo honor a la declaración del Valle de Laciana como Reserva de la Biosfera, el verde en todas sus connotaciones es la base de toda nuestra idea.

Y para nosotras lo verde implica:

**Ecológico**, ofreciendo productos cultivados y producidos de la manera más tradicional y saludable.

**Reciclar**, colaborando con el Ayuntamiento en la recogida de residuos en nuestro establecimiento y organizando batidas de limpieza en nuestro entorno.

**Reducir**, la cantidad de residuos vendiendo todos nuestros productos a granel.

**Reutilizar**, organizando mercadillos donde los ciudadanos puedan vender o intercambiar todo lo que tengan en sus casas que ya no utilicen y así darles a esos objetos otra oportunidad.

**Educar**, ofreciendo cursos de cocina saludable, charlas de educación ambiental y todo lo que se nos pueda ir ocurriendo.

**Naturaleza**, haciendo de nuestro establecimiento un ejemplo de construcción sostenible y de un espacio muy verde y agradable.

**Cuerpo**, realizando rutas por nuestros montes y fomentando el uso de la bicicleta ofreciéndolas en alquiler.

**Mente**, reservando un acogedor, luminoso y tranquilo espacio para ordenadores y biblioteca donde la gente pueda ir a leer, a estudiar o celebrar reuniones de trabajo.

**Espíritu**, organizando sesiones de cine no comercial y conciertos puntuales.

El factor más preocupante es la falta de clientela fija ya que los turistas visitan el valle tan solo durante cuatro o cinco meses al año. Así que, atraer a los locales es una necesidad y ofrecerles algo que entre dentro de sus costumbres un imperativo.

A fin de poder competir con infinidad de cafeterías, tiendas de alimentación y productos creemos que nuestro negocio tiene que atraer por algo más, de

ahí que abramos nuestra oferta como un abanico e intentemos atraer a todo tipo de personas en cualquier momento del día y de la semana. Con esto pretendemos generar un flujo constante de personas y así crear por un lado una especie de punto de encuentro social y por el

otro intentar que germine un movimiento que dé ejemplo de responsabilidad medioambiental.

Creemos que el Valle de Laciana necesita y merece unos cuidados especiales después de haber generado tanta riqueza durante muchas décadas a base de la explotación de sus recursos naturales.

### **1.3. PROS Y CONTRAS**

Si bien tenemos en cuenta que principalmente nuestros consumidores potenciales priorizan el coste, creemos que es necesario empezar a gestar un cambio de actitud y fomentar la necesidad de saber que lo que se come tiene que gozar de las máximas garantías de calidad y, en la medida de lo posible, tiene que ser respetuoso con el medio ambiente.

Es arriesgado, pero creemos que necesario y por eso lo combinaremos con otro tipo de actividades que puedan compensar la falta de ventas de los productos en sí.

#### **CONTRAS:**

1. Disminución progresiva de la población.
2. Precios no competitivos. Necesidad de concienciación.
3. Poca apertura de la población (muy tradicional) a nuevas tendencias.

#### **PROS:**

1. Modelo de establecimiento único, novedoso y, probablemente, atractivo para gran parte de la población.
2. Fomento del comercio de proximidad.
3. Ayuda a la protección del medio ambiente.

#### 1.4. ELECCIÓN DE NOMBRE Y LOGOTIPO

El nombre que hemos decidido ponerle a nuestra empresa es el de “To ECO Puntu”. Está escrito en el acento propio de la zona del Valle de Laciana, el Patsuezu y su significado es “Tu punto eco”. El logotipo que va a acompañar al nombre de la empresa estará constituido por las flechas que caracterizan el símbolo del reciclaje. A las mismas le acompañará una pequeña mariquita. El conjunto entero sería el siguiente:



El color empleado es el verde porque creemos que es la mejor manera de hacer que todo lo que nosotras queremos compartir con el resto de la población sea visto como algo natural. La idea de nuestro negocio conlleva el implantar en la población esa mentalidad y el intento de abrir los ojos y hacer ver que podemos consumir productos propios para la naturaleza, más ecológicos de los que consumimos en el día a día.

## 1.5. UBICACIÓN DEL NEGOCIO



### POLÍGONO INDUSTRIAL:

#### Localización

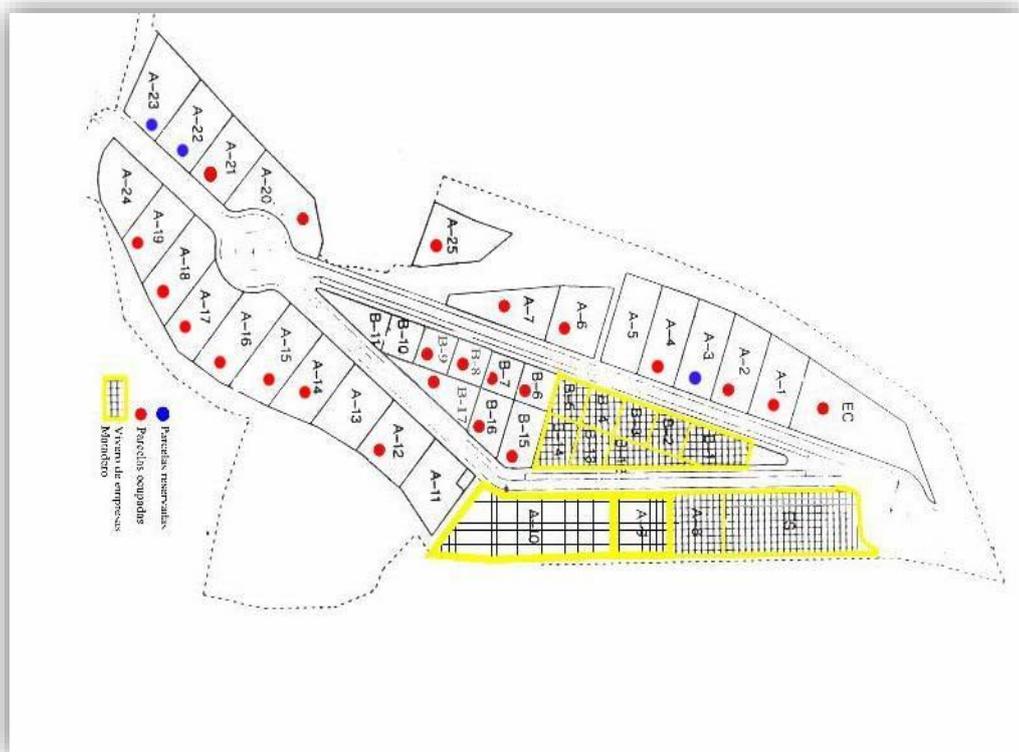
Dirección: Ctra. Ponferrada – La Espina  
Villager de Laciana.

Accesos: Carretera C-621 Ponferrada-La Espina  
Carretera A-66 a 50 kilómetros con acceso C-623 León -Caboalles.



Debido a la naturaleza de nuestro negocio consideramos que debe contar con un espacio verde amplio donde poder realizar varias de nuestras actividades y poder disfrutar de la naturaleza.

Así pues, hemos optado por adquirir dos parcelas del polígono industrial de Villager de Lacia, por su proximidad al núcleo urbano y al mismo tiempo su entorno natural, su facilidad de aparcamiento y el hecho de que esté urbanizado y en el precio de adquisición estén incluidos todos los servicios y acometidas.



## FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO



### 2.1 MACROENTORNO

#### **FACTORES POLÍTICOS, ECONÓMICOS, SOCIOCULTURALES Y MEDIOAMBIENTALES.**

- **FACTORES POLÍTICOS**

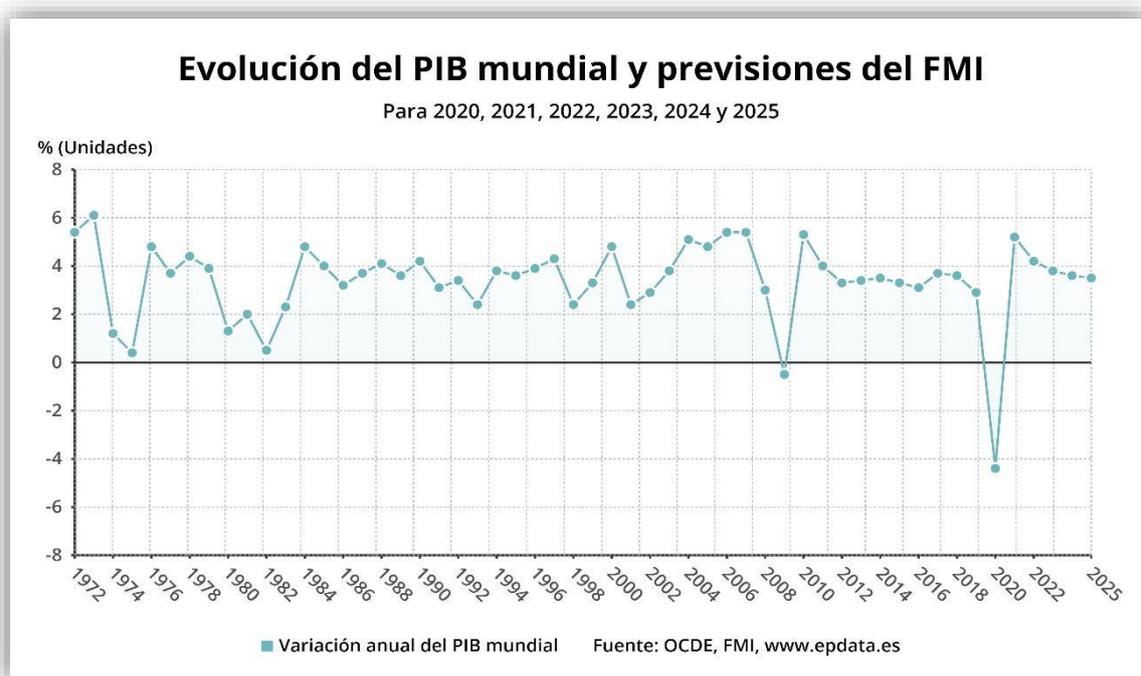
El coronavirus supone un desafío mayúsculo para el proceso de integración europea. Todos sus Estados miembros se han visto muy afectados desde el punto de vista sanitario y económico, pero algunos de ellos, entre los que se encuentra España, están sufriendo con especial énfasis el envite de la enfermedad y las consecuencias de los confinamientos sobre el empleo o las perspectivas de recuperación y sostenibilidad de las cuentas públicas. Los riesgos son numerosos y, por tanto, es muy importante articular una estrategia negociadora que tenga en cuenta los peligros existentes, sepa identificar de forma realista los objetivos alcanzables y no frustre las expectativas sobre una relación constructiva España-UE ni en el nivel interno ni en el europeo.

En la dimensión económica el desafío no es menor y, en este caso, sí afecta de lleno a las competencias de las instituciones: el funcionamiento de la Eurozona, del Mercado Interior y el conjunto de las políticas que se quieran desarrollar, como mínimo, hasta 2024. Por lo que respecta a España, si ya en la dimensión sanitaria había debilidades propias (consecuencia del enorme número absoluto y relativo de casos o de muertes), su posición es particularmente frágil de cara a la recesión que se avecina. Los motivos son varios: la importancia del turismo en el PIB; el alto desempleo y la temporalidad laboral ya existentes (que apuntan a un duro impacto social); y el alto endeudamiento que dificulta impulsar medidas de estímulo, con la consiguiente necesidad de apoyo financiero europeo.

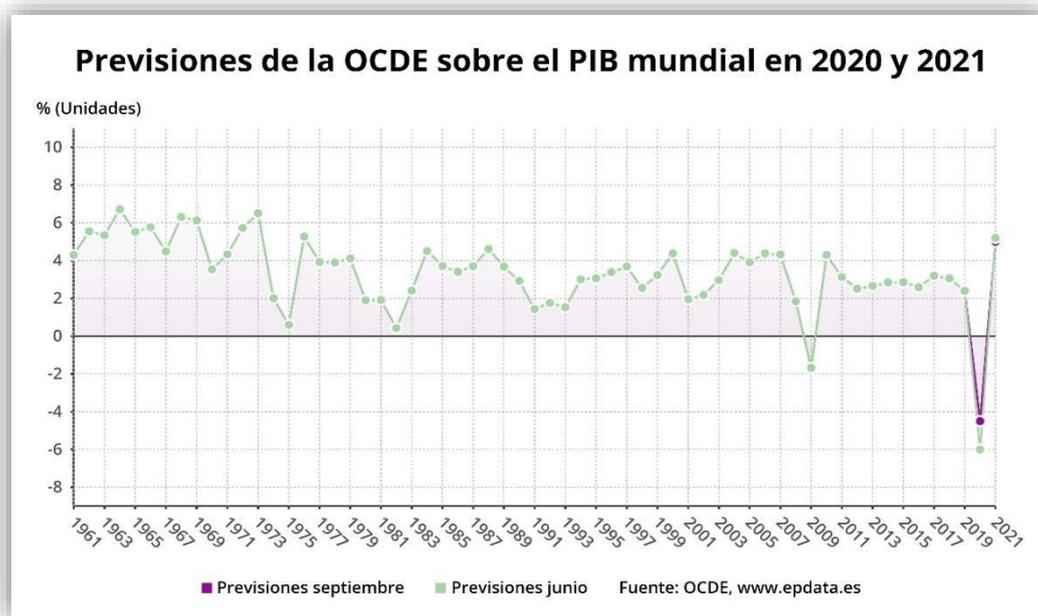
- FACTORES ECONÓMICOS

### Previsiones del PIB Mundial

La pandemia de Covid-19 provocará un desplome sin precedentes de la economía mundial, que en 2020 registrará una contracción del PIB del 3%, en su peor recesión desde la Gran Depresión, según las nuevas previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI), que anticipa un rebote del 5,8% de la actividad en 2021, siempre que la virulencia de la pandemia se haya apagado para la segunda mitad del año, permitiendo una gradual reapertura de las economías.

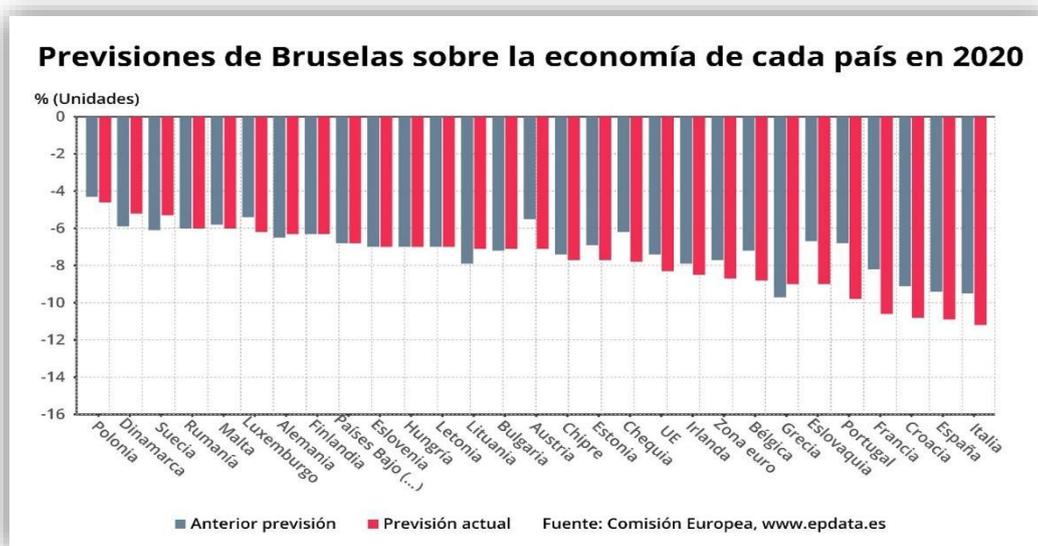


En cuanto a la economía mundial, sufrirá en 2020 una contracción sin precedentes en tiempos de paz con una caída del PIB global del 4,5%, según la última previsión del organismo realizada en septiembre, que ha mejorado ligeramente la anterior realizara en junio.



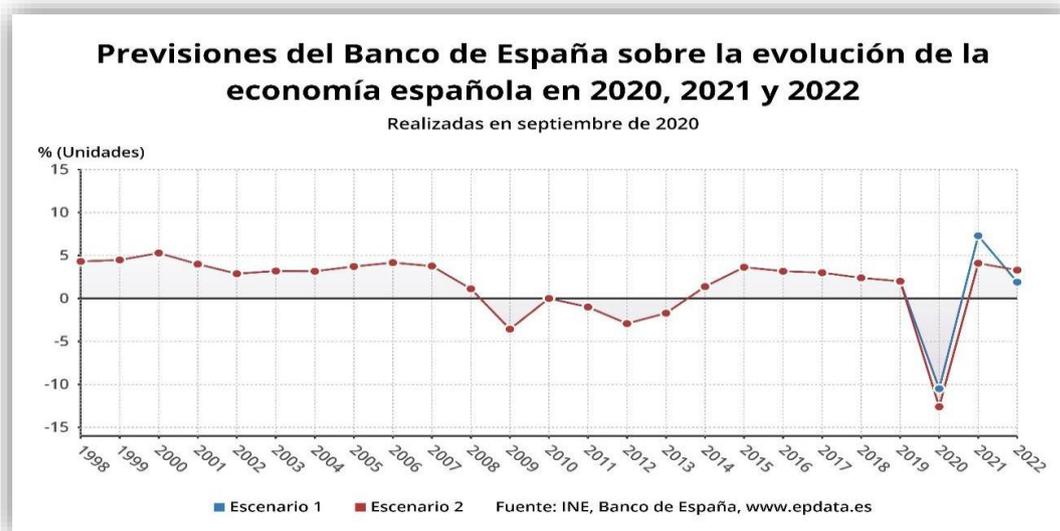
## EUROPA.

La Comisión Europea calcula que las restricciones de la movilidad adoptadas por los gobiernos europeos para hacer frente a la pandemia de Covid-19 conducirán a una contracción del PIB de la eurozona del 8,7% este año y a un rebote posterior del 6,1% en 2021 una vez se levanten dichas medidas.

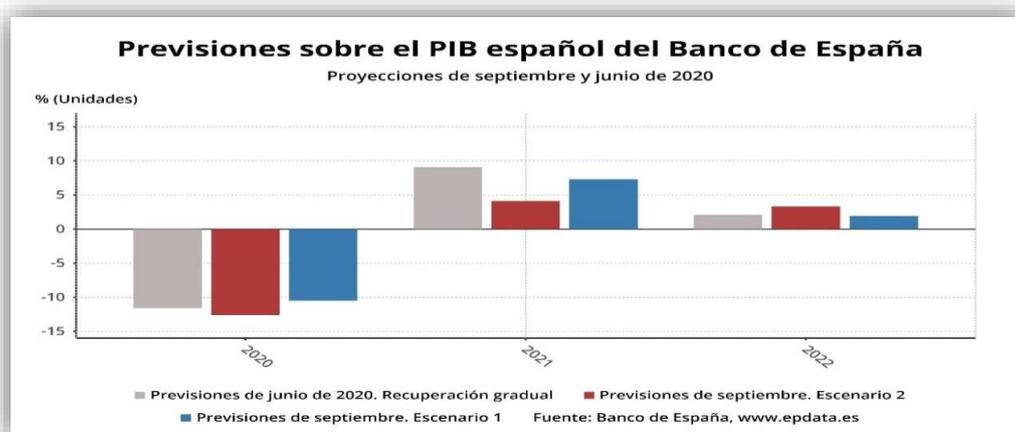


## ESPAÑA.

El Banco de España ha empeorado sus previsiones económicas y ya descarta un "escenario de recuperación temprana" en el tercer trimestre y el cuarto de este año y prevé que la economía española registre una caída de entre el 10,5% y hasta el 12,6% en el conjunto del año en caso de materializarse la situación epidemiológica más desfavorable, al tiempo que empeora su pronóstico sobre el crecimiento de 2021, augurando un repunte de entre el 4,1% y el 7,3%.



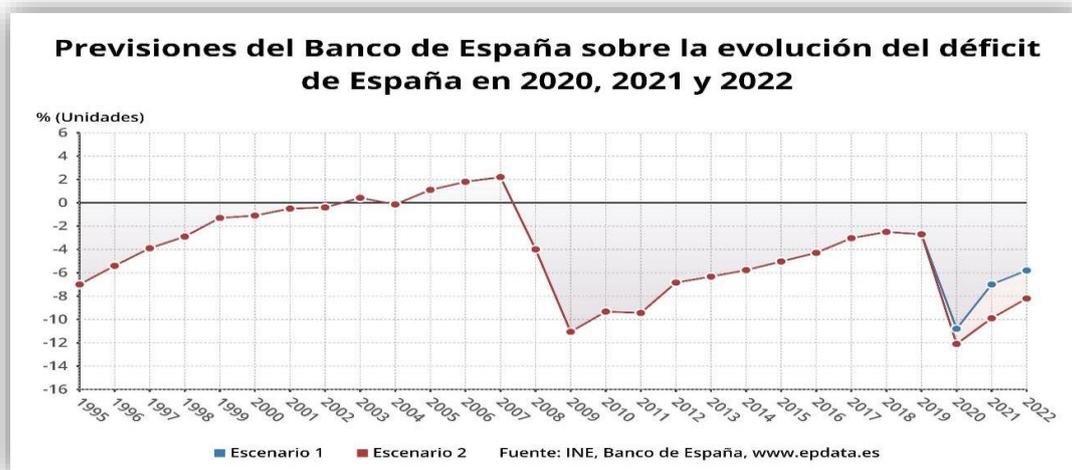
Así se desprende de las últimas proyecciones recogidas en el informe trimestral de la economía española publicado este miércoles por el organismo supervisor, que subraya la "distorsión sin precedentes" en la actividad económica por la pandemia del Covid y apunta que las perspectivas económicas en el corto y medio plazo siguen estando muy condicionadas por la evolución epidemiológica, con una "elevada incertidumbre".



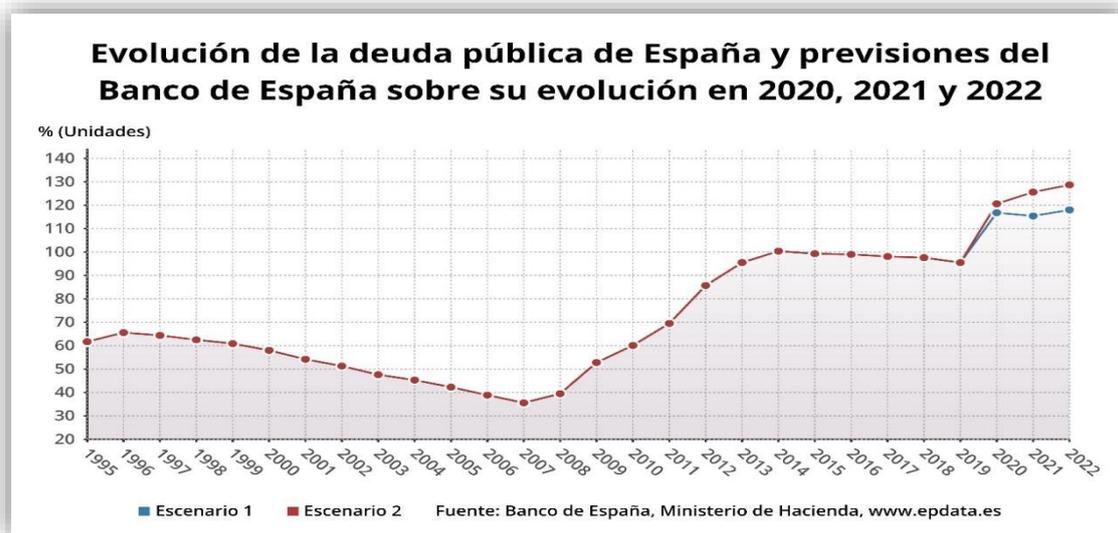
Por otro lado, el informe subraya que el impacto de la crisis sobre la utilización del factor trabajo está siendo "muy severo", si bien señala que el impacto laboral se ha visto amortiguado por los ERTE y el cese de actividad. Así, cree que, en los próximos trimestres, el ritmo de mejora de la ocupación se verá atenuado, en consonancia con la evolución de la actividad y "mostrará una evolución muy heterogénea entre las distintas ramas de la economía".



Por lo que respecta a las cuentas públicas, estima que el déficit público registrará un fuerte aumento en 2020, situándose en el 10,8% y el 12,1% del PIB en cada uno de los dos escenarios considerados. A pesar de que estas ratios disminuirían a largo del horizonte de proyección, a entre el 7% y el 8,2% en 2021 y a entre el 5,8% y el 8,2% en 2022, avisa de que permanecerá en cotas "muy elevadas".



Por su parte, la deuda pública experimentaría en 2020 un aumento de más de 20 puntos en el escenario 1 y de unos 25 en el escenario 2, hasta situarse en el 116,8% y el 120,6% del PIB, respectivamente. Esta ratio continuaría aumentando en los dos años siguientes: entre el 115,4% y el 125,6% en 2021 y entre el 118% y el 128,7% en 2022, en función de cada escenario.



En lo que respecta al nivel de deuda, el FMI estima que España cerrará este ejercicio con una ratio deuda/PIB del 123%, frente al 95,5% contabilizado a finales de 2019. En 2021, la ratio bajará al 121,3% sobre el PIB.



## **CONCLUSIONES.**

El coronavirus se afirma como un gran desafío para la UE y para sus Estados miembros, con una particular incidencia en algunos de ellos, entre los que se encuentra España. No obstante, el primer y principal peligro estratégico de la crisis no afecta de modo particular a nuestro país sino al proceso de integración en su conjunto, al impactar la crisis de manera simultánea sobre sus tres logros más emblemáticos: el Mercado Interior, la UEM y el temporalmente suspendido espacio Schengen. La pertenencia de España a la UE es tan trascendental que a menudo se confunde con el propio proyecto país, de modo que velar por la solidez del proceso (cuya resiliencia no es infinita) resulta en sí mismo prioritario. Por otro lado, es igualmente cierto que Europa se ha forjado en las crisis y éste es también un momento en el que se puede profundizar en la integración. La articulación de la postura general española en Bruselas debe ponderar ambos elementos y plasmarse en un europeísmo exigente en el que los intereses nacionales españoles sepan insertarse en el interés general europeo. Eso es válido tanto para la respuesta sanitaria (y del restablecimiento de la movilidad) como en la compleja respuesta económica. Y debe trasladarse tanto a las propuestas concretas que se vayan formulando como al relato de política europea que se construya ante Bruselas y el resto de las capitales, pero también en casa.

En efecto, la tarea se juega simultáneamente a dos niveles: supranacional e interno. La posición que defienda España en la UE del coronavirus debe responder a un proyecto apoyado por la gran mayoría política y social. Para tal fin, es necesario reforzar la interlocución gobierno-oposición en este momento tan crítico (aprovechándose de que, en el Parlamento Europeo, PSOE, PP y Cs comparten coalición). También es momento, simultáneo a ese plan en marcha para negociar y escenificar un gran pacto sociopolítico como el de la Moncloa de 1977, implicar a la sociedad civil (empresas, sindicatos). Pero, sobre todo, la clave es la ciudadanía. En la situación actual de deslegitimación general de la política, vísperas de una recesión y clima de polarización interna (con partidos radicales), no se puede malograr la imagen de la UE en España. En las últimas semanas se ha demostrado que, pese a todo, hay margen para que avance o para que nuestros intereses reciban apoyo: un margen que se agranda siendo más proactivos en Europa, no siendo más resentidos.

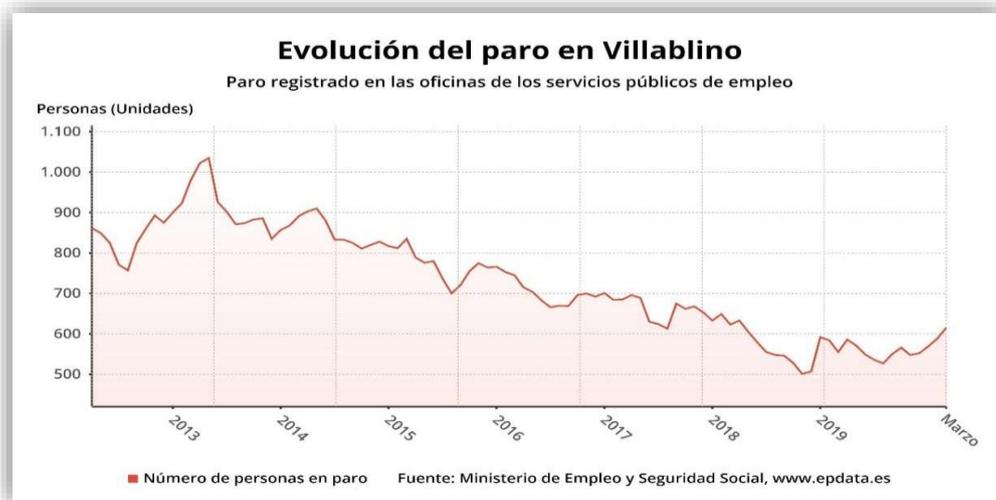
## DATOS RELATIVOS AL VALLE DE LACIANA.

En 1998 la población de Villablino era de 14.956 personas, diez años más tarde, en 2008 era de 10.860 y en 2019, último año para el que hay datos oficiales, el número de personas que vivían en el municipio se situó en 8.620 personas, una diferencia del -3,35% respecto al año anterior.



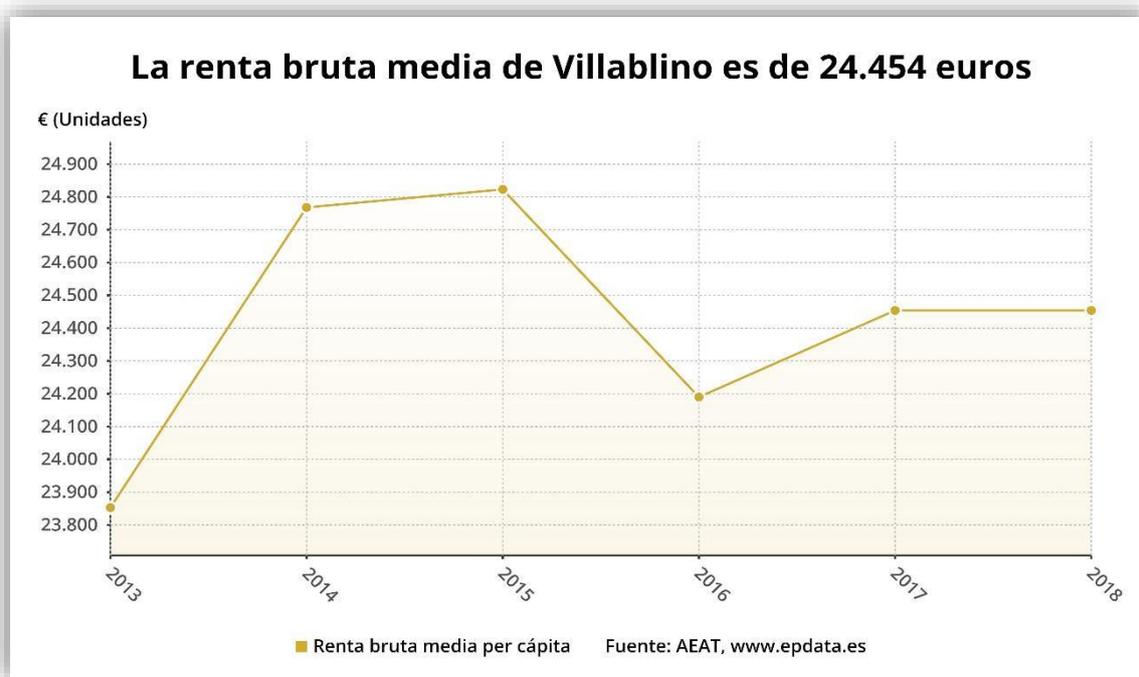
## Estadística de paro registrado en Villablino.

En marzo de 2020 el paro en Villablino había un total de 615 personas en paro, lo que representa una variación de 10,81% respecto al mismo periodo del año anterior.



## Renta media en Villablino.

La renta media bruta en el municipio de Villablino se situó en 2018 en 24.454 euros, lo que representa una variación de 0 euros (un 0% en porcentaje). Este gráfico muestra cómo ha ido cambiando la renta bruta media en el municipio:



## Presupuestos de interés Ayuntamiento de Villablino 2020.

**Gastos presupuestados por Villablino por tipo de política**

	Capítulos de gasto (€)
Bienestar comunitario	714.648,99
Seguridad y movilidad ciudadana	374.342,53
Deporte	264.026,94
Cultura	247.853,44
Educación	192.241,9
Medio ambiente	56.791,22
Servicios Sociales y Promoción Social	21.981,6
Comercio, Turismo y P.Y.M.E.S.	12.000
Fomento del empleo	1500

Fuente: Ministerio de Hacienda, [www.epdata.es](http://www.epdata.es)

## Actividad empresarial en Villablino.

Villablino contaba con 457 empresas activas en 2019, lo que implica una variación de 2,24 respecto al año anterior, según la última actualización del Directorio Central de Empresas (DIRCE) recogido por el Instituto Nacional de Estadística (INE).



## Factores medioambientales

El 10 de Julio de 2003, la UNESCO, a través de su programa MaB (El Hombre y la Biosfera), concede al Valle de Laciana, como reconocimiento a su valioso entorno natural, la distinción de Reserva de la Biosfera. Esta figura vino a añadirse a la declaración del territorio de Laciana como Lugar de Importancia Comunitaria dentro de la Red Natura 2000 y Zona de Especial Protección para las Aves. Además, se encuentra incluida dentro del proyecto de ampliación del área de afección del Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del Espacio Natural Sierra de Ancares (León), debido, entre otros aspectos, a la importancia de las poblaciones de Oso Pardo y Urogallo localizadas en este valle.

## 2.2 MICROENTORNO

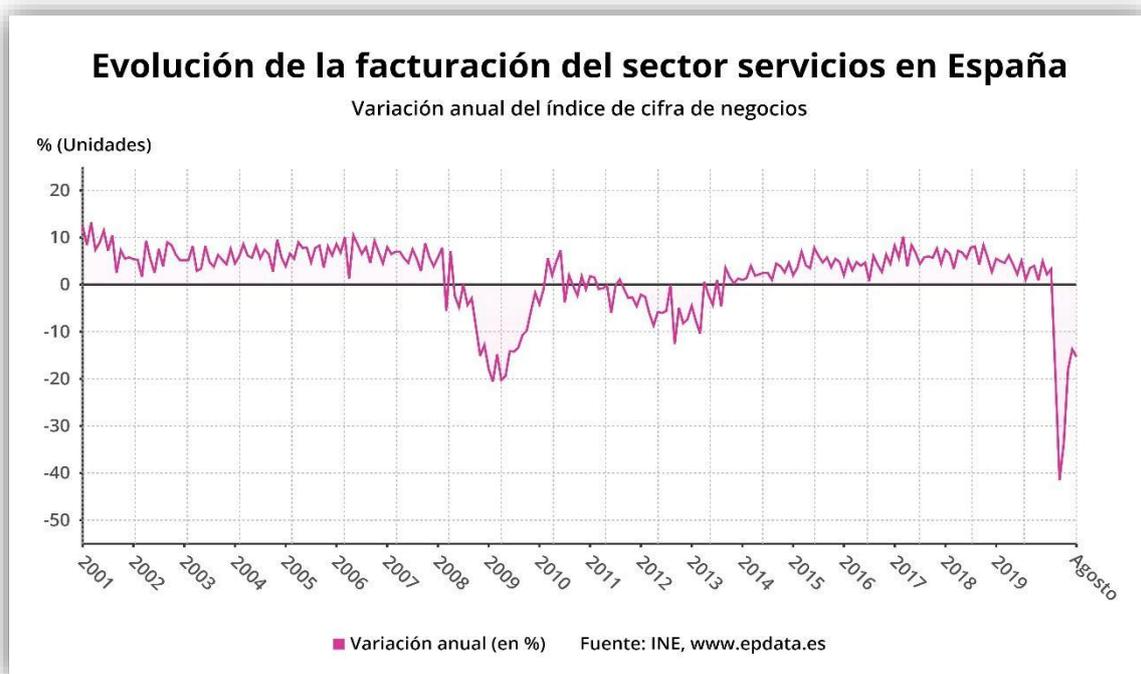
### ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA, CONSUMIDORES Y PROVEEDORES

- IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR, SUBSECTOR, RAMA Y ACTIVIDAD.

Nuestra empresa pertenece al sector terciario o servicios, que es aquel sector económico que agrupa al conjunto de las actividades productoras de servicios como el comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos.

- EVOLUCIÓN DEL SECTOR.

El sector servicios registró un descenso de su facturación del 15,3% en agosto respecto al mismo mes de 2019, ampliando en más de 1,5 puntos la caída que experimentó en julio (-13,7%), según ha informado este miércoles el Instituto Nacional de Estadística (INE).



La actividad del sector servicios registró el pasado mes de marzo un hundimiento sin precedentes como consecuencia de las medidas de confinamiento implementadas para contener la propagación de la Covid-19, según refleja el índice PMI, que cayó hasta los 23 puntos desde los 52,1 de febrero, con la destrucción de empleo más intensa desde la Gran Recesión. Esta instantánea sugiere que con una alta probabilidad se producirá una contracción en el segundo trimestre superior a lo observado durante la última crisis, según IHS Markit.

El análisis de esta entidad muestra que el sector servicios se ha visto especialmente afectado, principalmente en los sectores orientados al consumidor como los viajes, el turismo y el de los restaurantes. Los indicadores PMI son índices de confianza elaborados por encuestas a los directores de compras de cientos de compañías en todo el mundo. El índice de actividad comercial del sector servicios cayó en marzo más de 24 puntos, de los 52,6 puntos registrados en febrero a 28,4. Esta cifra cae por debajo de la mínima anterior de la encuesta de 39,2 en febrero de 2009.

El desplome del sector servicios en marzo, ya pronosticado por los datos adelantados publicados la semana pasada, se suma así a la fuerte caída registrada en la actividad del sector manufacturero, cuyo índice PMI se situó en el tercer mes del año en 45,7 puntos desde los 50,4 de febrero. Esta es su peor lectura desde 2012, lo que ha llevado el dato del índice PMI compuesto hasta los 26,7 puntos, frente a los 51,8 del mes anterior.

“La encuesta de marzo dejó expuesta la escala de la pandemia de la Covid-19 y el esfuerzo asociado para contener el brote, ya que las empresas del sector servicios registraron caídas sin precedentes de la actividad, de los nuevos pedidos y de la confianza empresarial. El impacto se centró, como era de esperar, en sectores que dependen del contacto social, como el de hoteles y restaurantes”, ha advertido Paul Smith, economista de IHS Markit.

Ante la disminución sin precedentes de la actividad y de los nuevos pedidos, las empresas del sector servicios español se mostraron más preocupadas que nunca por el futuro. Así, la confianza con respecto a los próximos 12 meses cayó bruscamente a un nivel nunca observado en la historia del estudio, con una preocupación considerable sobre el impacto a largo plazo que la pandemia pueda tener en la actividad, la inversión y el empleo durante los próximos 12 meses.

De este modo, junto con caídas severas en las cargas de trabajo, muchas empresas optaron por reducir sus plantillas en marzo. La tasa de destrucción de empleo fue la segunda más rápida registrada por el estudio hasta la fecha, solo superada por el declive observado en el apogeo de la crisis financiera en febrero de 2009.

“En estos momentos, tratar de cuantificar la magnitud y duración de la pandemia en términos de caídas en el PIB y el empleo es extremadamente difícil, pero en general existe una alta probabilidad de que la severidad de la

recesión en el segundo trimestre supere todo lo que hemos observado durante la fuerte recesión de 2008/2009”, ha añadido Smith.

- CONSUMIDORES.

Las actividades realizadas por la empresa van dirigidas a toda la población en general sin distinción de edad, sexo o nivel económico, pero, teniendo en cuenta lo novedoso, vamos a hacer hincapié en atraer al público joven, siempre más abierto a nuevas experiencias, para generar conciencia, participar en las actividades organizadas y así crear un movimiento beneficioso tanto para el entorno como para la población.

Tienda Eco a granel:

El sector de lo ecológico está en auge a nivel mundial debido a la progresiva concienciación de la población en general. En el Valle de Laciana el consumo de productos ecológicos está reducido al autoabastecimiento, pero muy limitado debido a las condiciones climatológicas que no permiten el cultivo de gran variedad de productos. Es por ello que apostamos por dar salida a los excepcionales productos de proximidad como son los de la huerta berciana y los recolectados en temporada que nos ofrecen cada año los bosques de nuestro entorno.

Aula polivalente:

Para sacar el máximo rendimiento al espacio que hemos creado y no limitarnos solo a cafetería al uso, organizaremos actividades lúdicas y educativas a grupos de personas que dependiendo de la actividad realizada abarcarán un amplio espectro de edades (ludotecas infantiles, cursos de cocina, sala de reuniones, proyección de documentales o películas...), además de ofrecer nuestro espacio para la organización de eventos ajenos a la empresa.

- COMPETENCIA

Si bien es cierto que tenemos mucha competencia directa tanto en la eco tienda como en la eco aula vamos a intentar combatirla ofreciendo un servicio, un producto y un ambiente totalmente diferente para así marcar la diferencia.

En el valle no tenemos competencia directa que ofrezca nuestro producto ecológico ni a granel. Sin embargo, a nivel provincial tenemos dos empresas que, si bien, no ofrecen todos nuestros servicios, sí venden productos ecológicos a granel:

- Lulo granel en León
- Granel Ponferrada en Ponferrada.

- PROVEEDORES:

Nuestros principales proveedores serán:

Productos perecederos:

- Ecomercado El Bierzo. C/Felipe II, 15, 24402 Ponferrada. (León)
- Agrecoastur S. Coop. Astur. Lugar Granda, 9, 33199, (Asturias)
- ARAE S. Coop. Avda. Feria, 10, 49031 (Zamora)

Productos no perecederos:

- Graneles el montañés. C/ Alonso Astulez, 12, 39300, Torrelavega (Cantabria)

Productos de limpieza:

- 4Eco Astorga. Crtra. Pandorado, 12, 24700 Astorga (León)

Productos artesanales de la zona:

- Miel El Cornón. 24140 Lumajo de Laciana. (León)
- De osos y colmenas. Pol. Ind. Villager de Laciana, 24139 Sosas de Laciana (León)
- Mermeladas casa Geles. Av. de Asturias, 4, Bajo, 24100 Villablino, (León)
- Embutidos la Chacinera 24110 Caboalles de Abajo, León
- Mantequilla La Popular. Lechería Sosas de Laciana.

## 2.3. ESTUDIO DE MERCADO

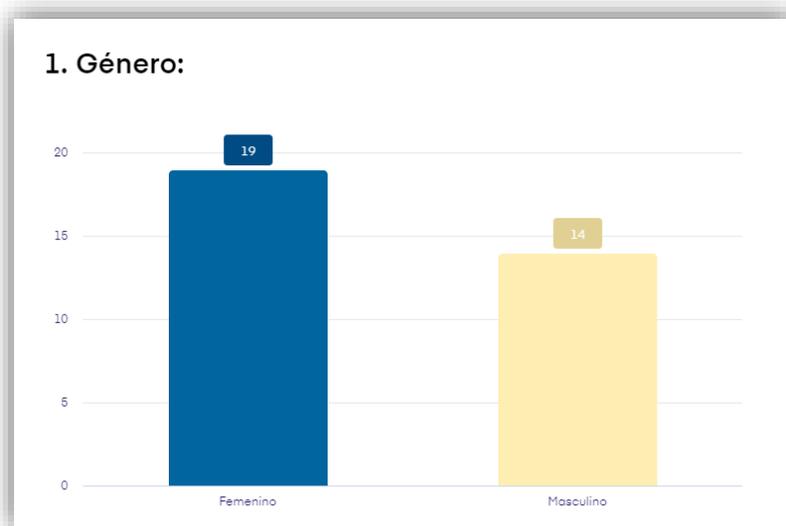
### FUENTES DE INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS.

Lo que pretendemos analizar con este estudio no es tanto medir la intención de compra sino si nuestro negocio es relevante, diferente y ofrece un precio competitivo.

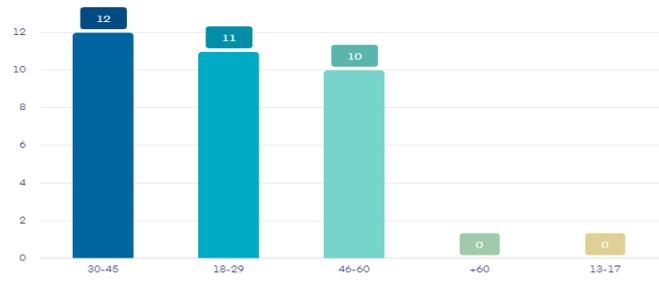
Hemos realizado una encuesta para recolectar información sobre los gustos y preferencias de los consumidores.

Introducción:

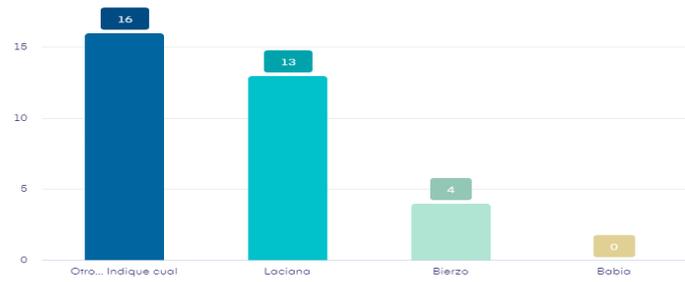
Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la venta de productos ecológicos a granel y nuevo espacio lúdico ecológico solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta marcando con una “X” la respuesta de su elección. En preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una. Muchas gracias de antemano por su ayuda.



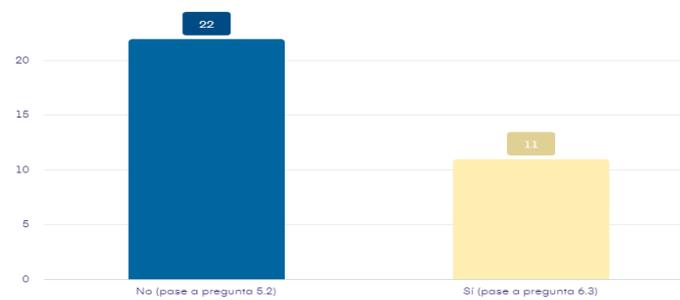
## 2. Edad: 13-17/18-29/30-45/46-60/+60



## 3. Lugar de residencia: Laciana/Babia/Bierzo/Otros



## 4. 1. ¿Consume usted productos ecológicos con regularidad?



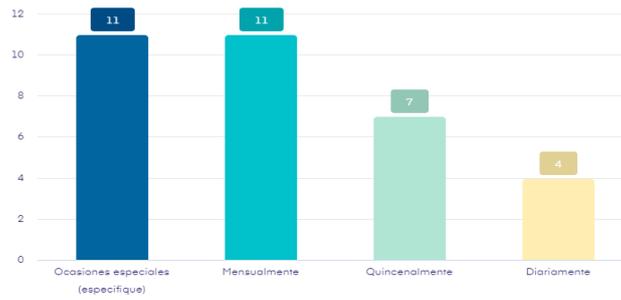
**5. 2. ¿Cuáles son los motivos por los cuáles usted no consume estos productos?**

Porque nunca me dio por consumirlos  
 Son mas baratos los otros  
 No hay una razón aparente  
 No me acuerdo de ellos X  
 Coste de los mismos y sabor  
 Falta de tiempo  
 Precio, disponibilidad  
 Ninguno  
 por que son muy caros  
 Cultivo yo en casa  
 Si consumo estos productos  
 Nunca me lo planteé.

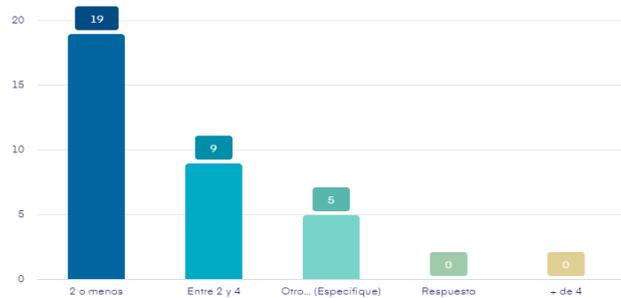
Principalmente porque son el doble de caros  
 Caros, difíciles de encontrar  
 Suelen ser más caros  
 Driedez  
 No los encuentro  
 Si consumo  
 No me gustan  
 Por no encontrar  
 Caros  
 porqueno  
 Por desconocimiento  
 Por conciencia y salud  
 Porque no hay mucha variedad y lo poco que hay es muy caro  
 Pues no se porque alguna vez consumi pero ahora no  
 No compro yo la comida  
 No los encuentro facilmente

**Precio**

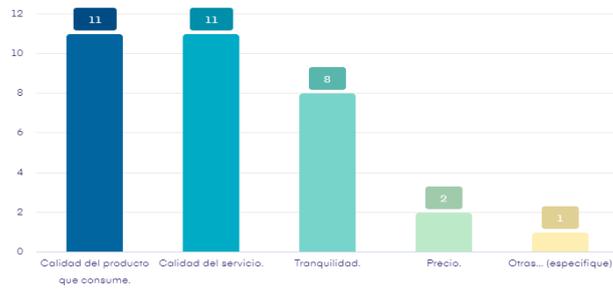
**6. 3. ¿Con qué frecuencia consume usted estos productos?**



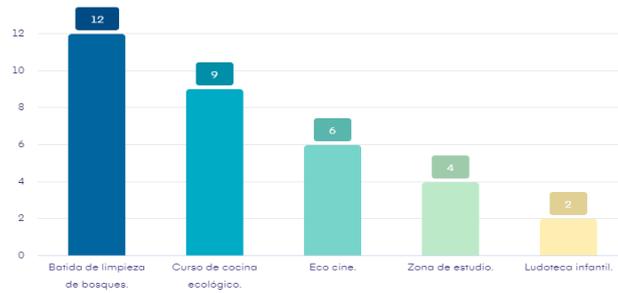
**7. 4. ¿Cuál es la cantidad aproximada de productos ecológicos que adquiere por cada compra?**



8. 5. ¿De las siguientes características cuál es la de su preferencia en una cafetería?



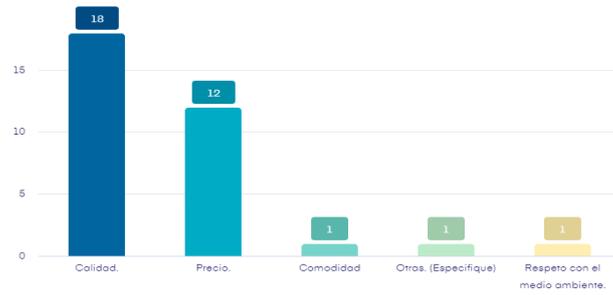
9. 6. De los siguientes tipos de actividades ¿cuál es el de su mayor agrado?



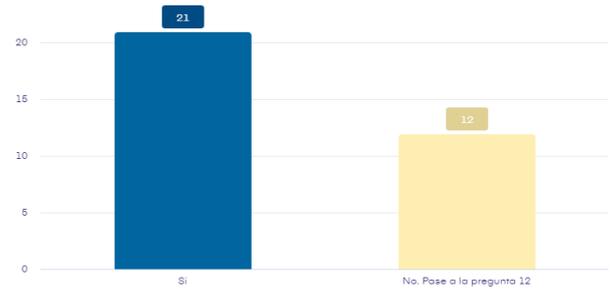
10. 7. ¿Qué nuevos tipos de actividades le gustaría?



**11. 8. En el momento de adquirir un producto, ¿cuál de las siguientes características influye más en su compra?**



**12. 9. Si saliera al mercado una nueva opción de productos o servicios a mayor precio y mejor calidad de las que consume habitualmente, ¿compraría el producto o el servicio?**



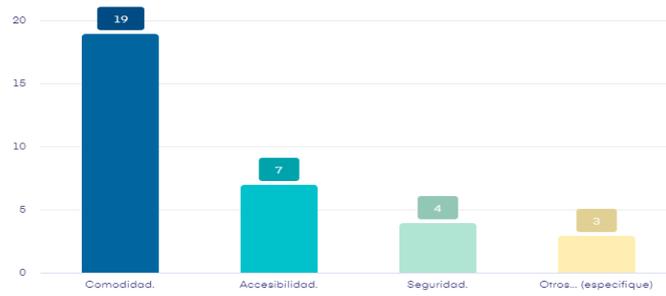
**13. 10. ¿Cuál de estas opciones te gustaría poder disfrutar en nuestro establecimiento de restauración?**



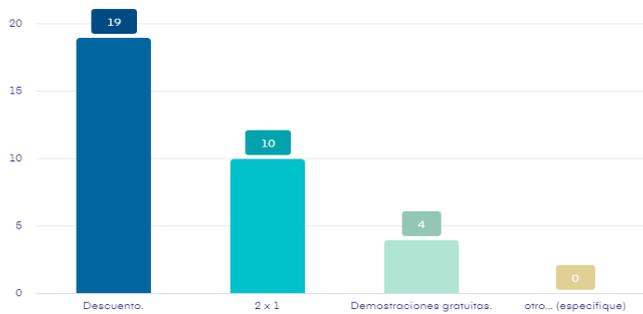
### 14. 11. ¿En qué lugar suele comprar y tomarse algo?

Mercaderías y alimentos  
 Comida y cafeterías y bares Comprar en la tienda y tomar algo en el bar Ninguno  
 Algunas cosas en el pequeño comercio, sin embargo la mayoría en grandes supermercados como Mercadona  
 Un gran supermercado en el que hay servicio de cafetería Grandes superficies  
 Comercio de cercanía más que centros comerciales Supermercados  
 En mi pueblo, donde vivo Carreteras Centros comerciales Cafetería  
 Cafeterías de barrio **Cafetería** Super En bares y supermercados  
 en una cafetería Supermercados y tiendas de barrio. Cafeterías Pasa  
 Supermercados y cafeterías No se entiende la pregunta El local  
 Super y tienda de descuento En una tienda y cafetería del barrio  
 El bar Mónica y el gordo o familia Cafetería y supermercados y tienda de barrio  
 Supermercado, cafetería, restaurante Tiendas locales, cafetería  
 Supermercado y cafetería PASADIS PASADISADO Cafetería Jirón y supermercados Pasadís

### 15. 12. ¿Por qué razón realiza la compra/consumo en ese lugar?



### 16. 13. ¿Qué promociones considera atractivas en los productos o servicios?



## **2.4. DIAGNÓSTICO PREVIO SOBRE LA FUTURA ACTIVIDAD. (DAFO)**

Tras haber realizado un estudio de los diferentes factores externos que pueden afectar a nuestra actividad empresarial detallamos a continuación las amenazas y fortalezas de nuestro proyecto empresarial.

### **DEBILIDADES.**

- El precio de nuestros productos será más elevado que la media debido al cultivo y tratamiento ecológico.
- Es un negocio muy novedoso dentro de una sociedad muy tradicional lo que puede no tener gran aceptación.

### **AMENAZAS.**

- Crisis económica sin precedentes debido al Covid 19.
- Población reducida de la zona.
- Mucha competencia tanto de supermercados como de locales de ocio.

### **FORTALEZAS.**

- Negocio muy novedoso y atractivo.
- Dos de las socias son de la zona, son conocidas y conocedoras de las costumbres.
- Variedad y alta calidad de productos y servicios.
- Experiencia en atención al público.
- Dominio de 4 idiomas.
- Producto de cercanía y de la tierra muy valorado por la población de la zona.
- Enfoque atractivo para la población más joven.

### **OPORTUNIDADES.**

- Reserva de la Biosfera lo que implica posibles ayudas y subvenciones de las instituciones.
- Mercado actual con clara tendencia a lo ecológico y lo sostenible.
- Creación un movimiento social que una a la población por un bien común.
- Colaboración con el Ayuntamiento de Villablino.

## **2.5. PLAN COMERCIAL**

### **ARTÍCULOS Y DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.**

Los artículos que se comercializarán en este negocio, así como las actividades que vamos a ofrecer son muy variadas, pero tienen una cosa en común: son ecológicos y los residuos que generarán serán mínimos y reciclados en la medida de lo posible.

Nuestro negocio consta de dos partes bien diferenciadas:

- Tienda eco
- Sala social

#### **TIENDA ECO**

- Venta de productos frescos de proximidad: fruta y verduras
- Venta de productos no perecederos a granel: legumbres, arroces, pastas, infusiones, especias, frutos secos, frutas deshidratadas, harinas, aceites, azúcar, café...
- Venta de productos de limpieza y aseo personal ecológicos a granel: detergentes, suavizantes, limpiasuelos, desengrasantes, jabones, champús, gel de baño, sales de baño, aceites esenciales...
- Venta de productos artesanales: miel, mermeladas, embutidos de la zona, propóleo...
- Recogida de envases para reciclaje: Dispondremos de una máquina de reciclaje con incentivos. Posteriormente esos residuos serán entregados al Ayuntamiento de Villablino para su correcto tratamiento.

Dada la amplia variedad de productos existentes en la tienda, los precios van a oscilar desde 1€ hasta 20€ para los productos más caros. Debido a la peculiaridad del negocio en sí, no tiene mucho sentido una política de precios competitivos o en función de la competencia. Los productos ecológicos son por sí mismos entre un 15% y un 20% más caros que los normales. Calculamos un margen de beneficio del 25%.

## SALA SOCIAL Y POLIVALENTE.

- En estos espacios confluyen diversas actividades unidas por una premisa que es la educación y concienciación.
- Hostelería: Daremos el servicio de cafetería sin venta de bebidas alcohólicas, ofreceremos zumos naturales, infusiones, refrescos y tendremos una pequeña carta de tapas y bocadillos saludables para así dar la opción y ejemplo de alimentación sana.
- Espacio lúdico: Aprovecharemos el gran espacio disponible para ofrecer diversas actividades lúdico/educativas. Aunque se irán ampliando las ideas y por tanto la oferta en un principio contamos con las siguientes actividades:
  - Cursos de cocina saludable
  - Ludoteca infantil
  - Rutas guiadas
  - Campañas de recogida de basura
  - Eco Cine, proyección de películas y documentales.
  - Recogida de productos de temporada y posterior curso cocina.
  - Curso de huerta ecológica y compostaje.
  - Conciertos
  - Mercadillos artesanales o de segunda mano.
  - Exposición permanente de obras de artistas locales.

### TABLA DE PRECIOS

SERVICIO	PRECIO IVA INCLUIDO	IVA
<b>EcoActívat</b>	Al mes 50,00€	8,68€
<b>Cursos cocina</b>	Por curso 30,00€	5,20€
<b>Ecoparty</b>	Por persona 10,00€	1,73€
<b>S. Polivalente s/catering</b>	Por hora 30,00€	5,20€
<b>S. Polivalente c/catering</b>	Por hora 30,00€ Por persona 4,00€	5,90€
<b>Cine a la carta</b>	Por persona 10,00€	1,73€
<b>Ludoteca (2h con merienda)</b>	Por persona 5,00€	0,87€
<b>Ecocine</b>	Por persona 7,00€	0,87€
<b>Ecocyber</b>	Por hora 2,50€	0,43€
<b>Ecoruta</b>	Por persona 10,00€	1,73€
<b>Ecobatida</b>	Gratuito	-
<b>Parcela mercadillo (2m)</b>	5,00€	0,87€

El margen de beneficio de esta parte de nuestro negocio es de un 70% ya que apenas tienen costes variables al rentabilizar básicamente el espacio con el que contamos.

## **PERSONAL Y TAREAS**

En un principio contrataremos a dos personas a tiempo completo que se encargarán una de la tienda eco y otra para el servicio de limpieza. Las tres socias nos encargaremos del resto del proyecto para así estar en contacto directo con los clientes, ir valorando diariamente los servicios que mejor funcionan y las opiniones y sugerencias e irlos ajustando.

- Dependienta tienda eco. Al ser un negocio muy novedoso contamos con que la curiosidad de la gente joven los atraerá y por tanto nos tenemos que centrar en atraer a las mujeres de mediana edad que son las que se encargan mayoritariamente del abastecimiento de alimentos en esta zona. Por ello, pensamos que el perfil de la persona encargada de la tienda debe ser una persona “tradicional” de la zona, una mujer de mediana edad, extrovertida y con conocimientos de los productos para así atraer a las amas de casa. Requisitos: Mujer, mayor de 45 años, parada de larga duración. Se le realizará un contrato en Régimen General, indefinido a jornada completa.
- Personal de limpieza. Dadas las dimensiones del local creemos necesario que haya un mantenimiento de la limpieza a lo largo de toda la jornada. Requisitos: Mujer menor de 30 años a la que se le realizará un contrato en Régimen General, indefinido a jornada completa.
- Manuela, Andrea e Irene se encargarán conjuntamente de la gestión, administración y organización de la empresa, así como de parte de las actividades ofertadas. Realizaremos asambleas semanales para intercambiar opiniones y experiencias y así tomar las mejores decisiones. Estaremos dadas de alta en RETA.
- Contaremos con personal de apoyo para ciertas actividades como pueden ser una monitora de pilates o yoga, camareros los días de comida popular y mercadillo, etc. Se les hará el contrato correspondiente.

- **Horarios:**

Tienda Eco: De martes a viernes: 10h a 14h y de 17h a 20h  
sábados de 9h a 14h  
domingos de 11h a 18h  
lunes descanso.

Sala Social: De martes a domingo de 9h a 21h. Valoraríamos las horas de mayor necesidad del personal de limpieza y las tres socias trabajarán por turnos.

## **2.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Existe un acuerdo sobre las grandes áreas temáticas que abarca la RSC: la económica, la social y la medioambiental. Sin embargo, si algo caracteriza a la RSC es su carácter pluridimensional que afecta a distintos ámbitos de la gestión de la empresa:

### AREA ECONÓMICA

Crearemos valor desde un punto de vista económico:

- Para nosotras las propietarias minimizando al máximo el capital inicial. Como principio de sostenibilidad y arriesgando el menor capital posible.
- Para el cliente ofreciendo productos de gran calidad a precios competitivos, unos buenos servicios de atención al cliente (atención de quejas, consultas y sugerencias) y un ambiente saludable en todos los sentidos.
- Para los proveedores pagando precios justos y respetando la calidad de sus productos.
- Para las empleadas brindando la oportunidad a personas mayores de 52 años paradas de larga duración o con discapacidad de unas adecuadas condiciones de trabajo, pagando salarios justos, dándoles estabilidad y motivación.
- Para la sociedad en su conjunto creando empleo y ofreciendo un espacio y unos productos de excelente calidad y un compromiso con nuestro entorno a todos los niveles.

### AREA SOCIAL.

Es evidente que nuestro proyecto se basa principalmente en lo social, creando un punto de encuentro e interacción donde compartir proyectos comunes sostenibles y educativos.

Allí los ciudadanos dispondrán de un espacio donde disfrutar, aportar nuevas ideas y cooperar conjuntamente con el resto de ciudadanos.

Trabajaremos conjuntamente con todas las asociaciones del valle para crear una red social que se retroalimente.

### AREA MEDIOAMBIENTAL.

- En la construcción se utilizarán en la medida de lo posible materiales reciclados y sostenibles (hormigón, cobre, ladrillo, madera, todos los arillos, el acero y el vidrio) dándole especial importancia al aislamiento térmico para lograr la mejor eficiencia energética y el consecuente ahorro de energía eléctrica. Además, Instalaremos placas solares, dispositivos tanto de ahorro de energía (temporizadores, sensores, luces LED) como de agua (cisternas de bajo consumo, perlizadores de agua...).

- Todos los productos de limpieza utilizados evidentemente serán ecológicos y biodegradables, el papel utilizado será reciclado, los envases de la tienda serán reutilizables de tela, papel o cristal.
- La compra de productos será siempre con certificación ecológica y en la pequeña producción de nuestra huerta evitaremos el uso de cualquier sustancia tóxica.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA PROFESIÓN DE CONSULTORÍA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD (RS&S) ■



**Responsabilidad Social**  
*Corporativa*

Como profesional de consultoría en responsabilidad social y sostenibilidad en las organizaciones, mi propósito es actuar como promotor, inspirador y transmisor de conocimiento que ayude a mis clientes a tomar decisiones atendiendo, a un tiempo, los intereses y necesidades actuales y futuras de la propia organización, de la sociedad y del planeta en su conjunto.

Por ello me comprometo a:

1. Comportarme de forma ética y con la máxima integridad. Mi comportamiento personal se regirá por la integridad y la coherencia con los valores propios de la ética y la RS&S.
2. Promover la integración de la RS&S en las organizaciones, de manera que creen valor favoreciendo el bien común. Me mantendré al día de los nuevos desarrollos que se produzcan en mi campo. Asimismo, y dado el carácter interdisciplinar, transversal y holístico de la responsabilidad y la sostenibilidad, promoveré la colaboración, la búsqueda y la integración en este terreno de personas, conocimientos y experiencias provenientes de otros campos.
3. Evitar el conflicto de intereses en el ejercicio de mi actividad profesional. Rehuiré crear o promover todo tipo de propuestas o iniciativas que me lleven a ser juez y parte interesada. Asimismo, rehusaré participar en proyectos que sirvan para maquillar, justificar u ocultar actuaciones contrarias a los principios de la RS&S.
4. Defender los legítimos intereses de mis clientes manteniendo mi independencia y mi compromiso con la RS&S. Los principios y valores que guiarán las relaciones con mis clientes serán la confidencialidad, la honestidad, la confianza y el bien común.
5. Promover que mis clientes integren la RS&S en su cultura, gobierno, relaciones, estrategia, productos, servicios y operaciones en general. En la labor con mis clientes les acompañaré en el proceso de integración de la RS&S en su cultura. Procuraré que, tanto sus actividades internas como las relaciones y diálogo con sus grupos de interés, sean coherentes con los valores de la RS&S.
6. Mostrar en mis relaciones y actuaciones públicas el máximo respeto por el trabajo de otros profesionales de consultoría en RS&S. Defenderé la práctica responsable de la consultoría y promoveré la cooperación por encima de la competitividad.
7. Actuar como agente de cambio. Mi aportación a la RS&S de las organizaciones, además de asesorar técnicamente, buscará su transformación en aras del bien común. Asimismo, apoyaré que el marco legal esté alineado con los principios de la RS&S y el bien común.

PUEDA ADHERIRSE AL CÓDIGO AQUÍ

[www.responsabilidad-social-corporativa.com](http://www.responsabilidad-social-corporativa.com)

## FASE 3. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN

### 3.1 FORMA JURÍDICA

Desde el inicio hemos tenido claro que la Sociedad Corporativa es el modelo de empresa que más se adapta a nuestro proyecto, ya que se encuadra dentro de lo que se ha dado en llamar economía social. Esto se entiende como las actividades empresariales de iniciativa privada que persiguen el interés colectivo de sus integrantes, el interés general de la sociedad o ambos.

La Sociedad Corporativa tiene las siguientes características:

- Debe estar constituida por, al menos, tres socios, de los cuales la mayoría deben ser socios trabajadores con contrato indefinido. También puede haber socios que aporten solo capital (socios colaboradores). Asimismo, se pueden contratar trabajadores.
- Ningún socio puede poseer más de un tercio del capital.
- El reparto de beneficios se denomina retorno cooperativo y es la misma cantidad para todos los cooperativistas, sin tener en cuenta la cantidad de capital aportado. En el resto de las sociedades, el reparto de beneficios (los dividendos) se realiza en proporción al capital aportado.
- Si un socio quiere abandonar la sociedad, se le entregará la misma cantidad que aportó en el plazo de cinco años. Es decir, no se traspasa su propiedad, porque el capital social no está dividido en participaciones y acciones.

Los órganos de gobierno son parecidos a los del resto de sociedades, pero conllevan diferencias, razón por la cual no se denominan de la misma forma:

- Asamblea General: Es la reunión de todos los socios. A diferencia del resto de las sociedades, en este caso cada cooperativista tiene un voto, independientemente del capital aportado.
- Consejo Rector: Se encarga de la gestión y representación de la sociedad.
- Interventores: Realizan la revisión de las cuentas anuales.

### 3.2. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN

- Certificación negativa de la denominación social, necesaria para asegurarnos de que no existe ningún otro negocio que lleve el nombre que queremos poner a nuestra razón social.
- Apertura de cuenta bancaria.
- Certificación previa al proyecto de estatutos.
- Alta en la Agencia Tributaria para la obtención del NIF provisional.
- Escritura pública de constitución de la sociedad. Se firma ante notario con el fin de darle autenticidad y validez legal.
  - Identidad de los otorgantes.
  - Manifestación de éstos que reúnen los requisitos necesarios para ser socios.
  - Voluntad de constituir una sociedad cooperativa.
  - Acreditación por los otorgantes de haber suscrito la aportación obligatoria mínima al capital social para ser socio y de haberla desembolsado en la proporción exigida estatualmente.
  - Si las hubiere, valor asignado a las aportaciones no dinerarias.
  - Identificación de las personas que han de ocupar los distintos cargos del primer Consejo Rector, el de interventor o interventores.
  - Se podrán incluir todos los pactos y condiciones que los promotores juzguen conveniente establecer.
- Estatutos. Son las normas que van a regir la sociedad redactadas por un abogado.
  - Denominación de la sociedad.
  - Objeto y domicilio sociales.
  - Ámbito territorial de actuación
  - Capital social mínimo.
  - Aportación social obligatoria mínima al capital social para ser socio, forma y plazos de desembolso.
  - Devengo o no de intereses por las aportaciones obligatorias al capital social.
  - Clases de socios, requisitos para su admisión y baja voluntaria y régimen aplicable.
  - Derechos y deberes de los socios.
  - Normas de disciplina social, tipificación de las faltas y sanciones, procedimiento sancionador y pérdida de la condición de socio.
  - Se incluirán también las exigencias impuestas por la ley para la clase de cooperativa que se trate.
- Inscripción en el Registro de Sociedades Cooperativas del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social.

### 3.2. TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA

Una vez adquirida la personalidad jurídica, comenzaremos con los trámites para poder comenzar con nuestra actividad económica.

Obligaciones fiscales con Hacienda:

- Obtención del NIF definitivo:
  - Presentar el modelo 036 con la fotocopia del DNI de una de las socias.
  - Plazo de 30 días a partir del otorgamiento de la escritura. Luego hay seis meses para retirar el NIF definitivo,
  - Lugar: Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria en Ponferrada.
- Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas. (IAE)
  - Documentos a presentar: Modelo 036 si está exento de pago y en otro caso se deberá presentar el modelo 840, NIF para sociedades.
  - Plazo: Un mes desde el inicio.
  - Lugar: Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria de Ponferrada.
  - Gastos: Las tarifas aprobadas por los Reales Decretos Legislativos 1175/1990, de 28 de septiembre y 1259/1991, de 2 de agosto.
- Declaración censal de IVA y Alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores.
  - Documentos a presentar: Modelo oficial 036, NIF y alta en el IAE.
  - Plazo: antes del inicio de la actividad.
  - Lugar: Delegación de Hacienda de Ponferrada.

### Obligaciones con la Seguridad Social:

- Afiliación a la Seguridad Social de Andrea Constenla presentando el modelo TA.1 y el DNI de la interesada.
- Dar de alta la empresa en la Seguridad Social para obtener CCC.
  - Documentos a presentar: Impreso de inscripción de empresas por triplicado, copia de la escritura de constitución, contrato de asociación o mutua de accidentes de trabajo, certificación de alta en el IAE e impresos de alta de las trabajadoras.
  - Plazo: antes de que las trabajadoras comiencen su actividad.
  - Lugar: Tesorería General de la Seguridad Social de Villablino.
- Comunicación de apertura del centro de trabajo.
  - Documentos a presentar: Modelo oficial por cuadruplicado con los datos de la empresa, datos del centro de trabajo, datos de la plantilla, y datos de las actividades que se desarrollan.
  - Plazo: treinta días siguientes al inicio de la actividad.
  - Lugar: Dirección Provincial de Trabajo, Seguridad Social y Asuntos Sociales.
- Solicitud del Libro de Visitas. Según la ley de apoyo a emprendedores, desde septiembre de 2016 elimina la obligación de que las empresas tengan un libro de visitas a disposición de los funcionarios de la inspección de trabajo y seguridad social. Será la propia inspección de trabajo la que pondrá a disposición de la empresa de oficio y sin necesidad de solicitud de alta un libro de visitas electrónico.

### Trámites complementarios:

- Comunicación en el plazo de diez días hábiles de las contrataciones al Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).
- Obtención del calendario laboral en la Inspección Laboral de Trabajo.

Trámites en el Ayuntamiento:

- Licencia de actividades e instalaciones (apertura).
  - Documentos a presentar: Alta en el IAE, escritura de propiedad del local, escritura de sociedad, NIF, memoria descriptiva de la actividad y del local, planos de planta y de la situación del local, presupuesto de las instalaciones, proyecto de las instalaciones firmado por un técnico visado por el colegio profesional (que incluya planos, presupuesto y memoria). Una vez concedida la licencia de apertura, debemos solicitar la licencia de funcionamiento.
  - Plazo: Antes de abrir el establecimiento.
  - Lugar: Gerencia municipal de urbanismo del Ayuntamiento de Villablino.
  
- Licencia de obras
  - Documentos a presentar: impreso normalizado, presupuesto de obras, planos de planta, alzado y sección acotados y a escala del estado actual.
  - Plazo: Antes de realizar las obras. Una vez concedida se pueden ejecutar las obras hasta seis meses después de la fecha de concesión.
  - Lugar: Gerencia municipal de urbanismo del Ayuntamiento de Villablino.

### **3.2. REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

Este trámite no es necesario para realizar nuestra actividad y, teniendo en cuenta que la finalidad de registrar la propiedad industrial es la de proteger nuestra marca; coincidimos en que justo esperamos que la idea genere ilusión y se convierta en un nuevo modelo de negocio a imitar.

## FASE 4. PLAN DE MARKETING

### 4.1. PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

Hemos confeccionado un programa de fidelización con el objetivo de consolidar la relación con nuestros clientes.

#### OBJETIVOS

Los objetivos principales del programa serán:

- Fidelización de los clientes
- Crear iniciativas y concienciación en el valle de Laciana.

#### ETAPAS

- Sistema logístico de información

Todos nuestros clientes deberán hacerse socios gratuitamente y se les entregará una tarjeta que deberán utilizar para realizar cualquier gestión en la tienda. Así quedarán registradas todas las acciones que realicen en la tienda y recabaremos todos los datos personales de nuestros clientes.

- Definición del público objetivo del programa

Habrán tres tipos de socios dependiendo de la relación que mantengan con la tienda y el entorno.

- **ECOsocio Concienciado.**  
Compran o reciclan a nivel individual.
- **ECOsocio Activo.**  
Compran y reciclan a mayor escala (empresas de hostelería)
- **ECOsocio Movilizador.**  
Compran, reciclan y crean o participan voluntariamente en acciones ecológicas

- Selección de ventajas, primas o incentivos:

**Bienvenida a la comunidad toECOpunktu:** Al hacerse socio recibirán la ECotarjeta de socio y un regalo que consistirá en un envase de vidrio reutilizable y una bolsa de tela para poder hacer la compra en nuestro establecimiento y a sí empezar a generar menos residuos.

**ECOTarjeta:** Se irán acumulando puntos que se podrán canjear bien por descuentos en la compra o por regalos **toECOpunktu**, sostenibles, útiles y que ayuden a proteger el medioambiente.

**Bonus por nuevos ECOSocios:** Por cada nuevo socio que aporten a la comunidad recibirán puntos en su tarjeta.

**ECOSocio Concienciado:** A parte de bonificar cada nuevo socio que aporte a la comunidad también recibirá puntos por cada envase retornado en nuestro local.

**ECOSocio Activo:** Estos socios tendrán descuentos directos por realizar grandes compras y se les facilitará la recogida de envases en sus empresas.

**ECOSocio Movilizador:** Estos socios participan con nosotros de manera activa, proponiendo ideas y participando en nuestras acciones ecológicas. A parte de las ventajas de los ECOSocios Concienciados entrarán en un sorteo mensual de un maravilloso **ECOkit** para así premiar e incentivar la acción ecológica.

- Diseño de estrategia de comunicación

Se implantará un programa informático en la tienda que conecte la máquina receptora de envases con el ordenador central para llevar un control tanto de la cantidad de envases que tendremos almacenados como de la cantidad de puntos acumulados de cada cliente. Así, cada vez que vengan a hacer la compra se podrán hacer los descuentos o los canjes que el cliente quiera realizar.

También haríamos una App que los clientes se podrán descargar para estar informados de su situación en cuanto a puntos y recibirán todo tipo de ofertas puntuales e información de todas las acciones que se desarrollen y así poder apuntarse a las que le interesen.

Sería una buena manera de mantener la comunicación con el cliente en todo momento.

- Implantación

La implantación de todo el sistema se tendría que hacer y probar antes de la apertura del negocio ya que la implicación de los clientes es la base del buen funcionamiento de este. Se intentará crear una comunidad que se retroalimente por el bien común.

Para poder llevar a cabo este sistema se buscaría financiación pública y relaciones de colaboración con diferentes sectores (de transporte, plataformas de tratamiento de residuos, cooperativas agrícolas...). Siempre basado en trabajar en cooperación y en la búsqueda del bien común como ya he mencionado anteriormente.

- Evaluación

Se procederá a la evolución del sistema una vez implantado y en funcionamiento.

## FASE 5. PLAN DE INVERSIÓN

### 5.1. INSTALACIONES



- Características básicas de las instalaciones.

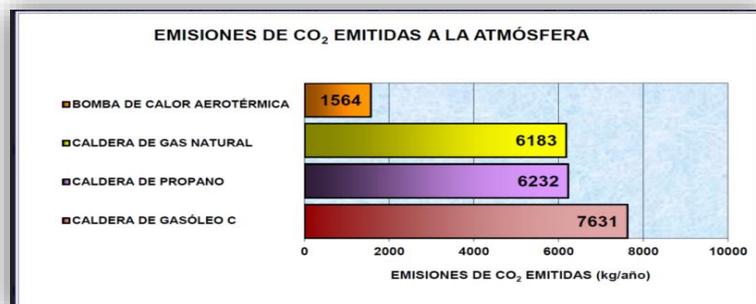
Construiremos una nave sencilla de 400m<sup>2</sup> imitando una construcción ganadera típica de la zona conocida como “mosqueiro” por la sencillez de su estructura y el gran espacio interior que nos brindará. Nuestra idea es simplificar el exterior con una construcción industrial y sorprender con un interior moderno, ecológico y sofisticado.



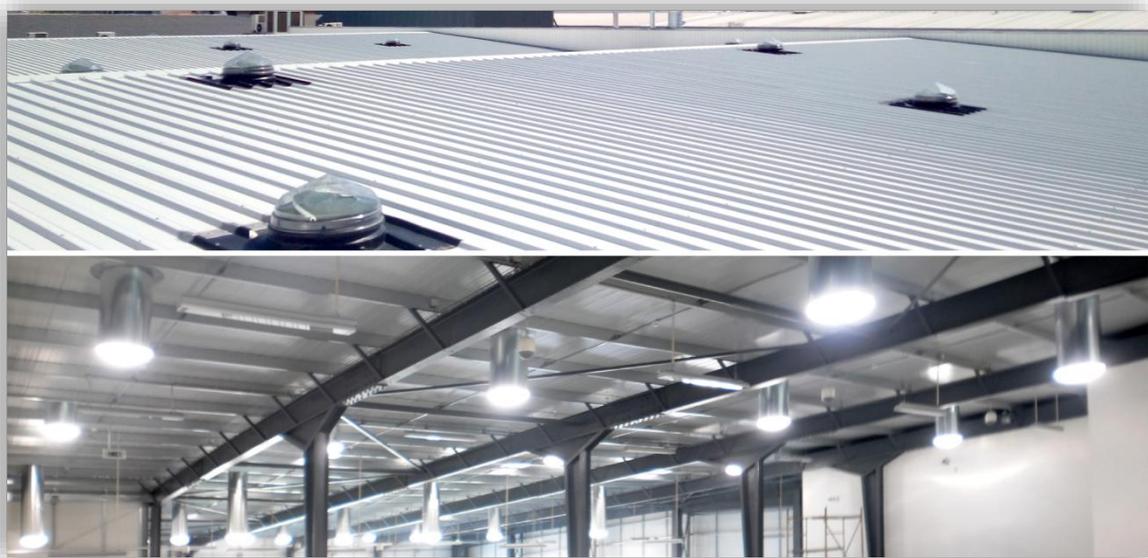
Nos hemos decantado por una construcción de estructura de acero revestida de un material altamente aislante. La cara norte ciega dedicada a las áreas de trabajo y la cara sur completamente acristalada para que entre la luz a raudales y poder disfrutar de las vistas a las montañas.



Respecto a las instalaciones técnicas contaremos con un sistema de calefacción por aerotermia que supondrá una alta inversión inicial (40000€ IVA incluido) contando con una bonificación del 50% al ser de bajas emisiones gracias a los fondos Feder) pero que nos brindará el confort necesario con muy bajas emisiones de CO2 y unos bajos costes anuales.

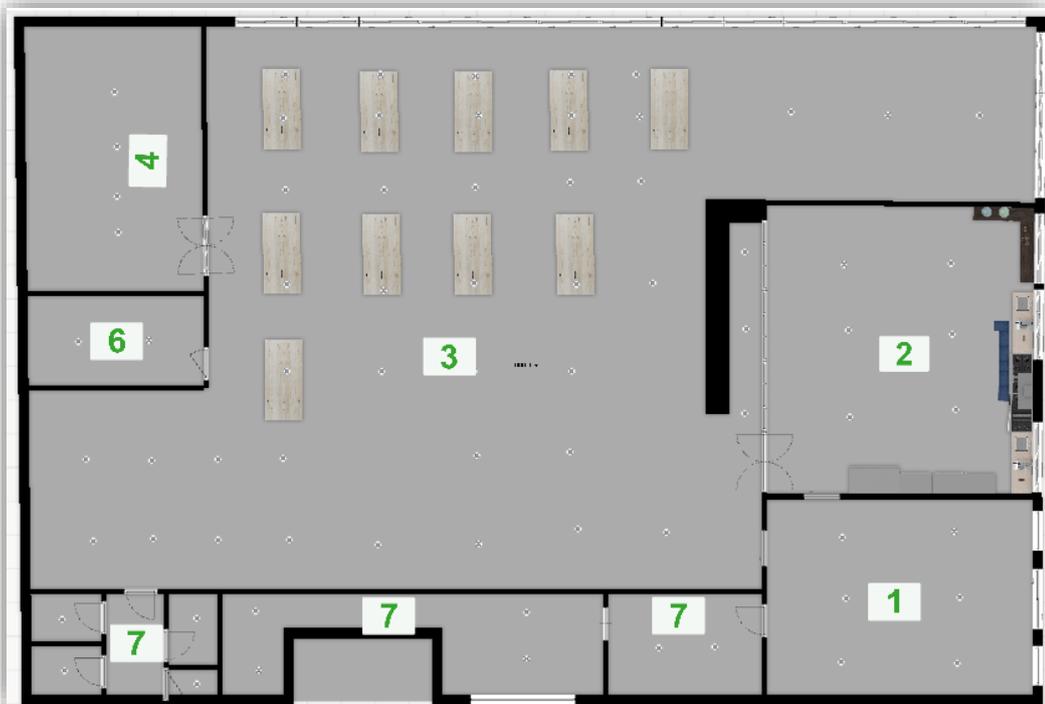


Para la iluminación del espacio complementaremos la tradicional y necesaria instalación eléctrica con un sistema de iluminación solar consistente en tubos solares instalados en el techo y así poder aprovechar la energía natural.



- DISEÑO INTERIOR

Un gran espacio será el alma de nuestro proyecto. Una zona que dedicaremos a multitud de actividades con el fin de tener una continua afluencia de clientes.



## 1. TIENDA ECO



Descripción:

Espacio de unos 60m<sup>2</sup>. Contará con mobiliario de materiales naturales sostenibles y dispensadores varios.

Actividad:

Venta de gran variedad de productos frescos de proximidad, legumbres, pastas, aceites, productos de limpieza e higiene, todo a granel, usando envases reutilizables (cristal, bolsas de tela, etc....)



## 2. COCINA



Descripción:

Cocina de unos 60m<sup>2</sup>, equipada con electrodomésticos de ahorro energético y de última generación, con sistemas de seguridad y todo en acero inoxidable.

Actividad:

Cursos de cocina saludable.

Preparación de desayunos y tapas variadas diarias

Preparación de comidas populares para eventos puntuales (mercadillos, conciertos, etc.)

### 3. SALA SOCIAL



#### Descripción:

Espacio de unos 165m<sup>2</sup> compuesto por una zona de mesas para los clientes de la cafetería y otra que quedará libre para el uso de actividades varias.

Las paredes orientadas al sur estarán adornadas con jardines verticales aportando los siguientes beneficios:

Un jardín vertical ofrece numerosos beneficios a nivel económico, ecológico y social; ayuda a purificar el aire, regular la temperatura, reduce el ruido ambiental y la gente es más feliz en un entorno verde que en un entorno gris.

Así conseguiremos crear un ambiente saludable, amplio, cómodo, moderno y completamente nuevo en la zona.

#### Actividades:

En la zona de mesas los clientes podrán disfrutar de un servicio de cafetería y tapas.

El espacio de la zona libre lo aprovecharemos para desarrollar diversas actividades como:

- EcoActívate: Pack que incluye una clase de Yoga, Pilates, Zumba, etc. que incluirá un desayuno saludable.
- Econciertos: Organización de conciertos.
- EcoTeatro: Organización de obras de teatro o títeres.
- EcoParty infantil: Organización y celebración de cumpleaños merienda saludable, tartas sin azúcar... ¡Y muchas cosas más! (mínimo 5 personas)

#### 4. SALA POLIVALENTE



##### Descripción:

Espacio acogedor cerrado de unos 60m2 acondicionada con ordenadores, mesas de estudio, pantalla, proyector y pequeña biblioteca.

##### Actividad:

- Alquiler de la sala con opción de catering para:
- Reuniones laborales. Cualquier empresa que necesite de un espacio de reunión con todas las comodidades y dispositivos necesarios podrá alquilar nuestra sala y contratar un catering.
- Charlas o ponencias.
- Cine a la carta. Si tienes ganas de ver con tu pandilla tu película favorita en pantalla grande te alquilamos el EcoCine y te hacemos las palomitas. (mínimo 5 personas)
- Oferta de actividades realizadas por nuestro equipo:
- Ludoteca. Aprovechando la titulación y experiencia de Andrea como monitora de tiempo libre, ofreceremos a los padres tomarse algo tranquilamente mientras sus hijos disfrutan aprendiendo, experimentando y socializando en nuestra ludoteca.
- EcoCine. Ofreceremos la proyección de películas/documentales con todos los servicios de un cine en las tardes/noches de menos afluencia de clientes.
- Ecocyber. Habrá un horario específico en el que se podrán conectar a internet y alquilar los equipos.
- Ecorutas. Excursiones por el valle con picnic. (mínimo 10 personas)
- Ecobatidas. Organización de batidas para limpieza de montes y cohesión social.

## 5. ZONA VERDE



Descripción:

Zona verde de aproximadamente 1700m<sup>2</sup> dividida en varias zonas delimitadas.

Actividad:

Zona de huerta de unos 20m<sup>2</sup> con invernadero donde cultivaremos nuestros propios productos y daremos cursos de cultivo ecológico. También contará con un espacio destinado al compostaje que utilizaremos en nuestra huerta y el excedente lo venderemos.

Zona de terraza de unos 1650m<sup>2</sup> con mesas y sillas para el disfrute de nuestros clientes en los meses más calurosos, contará con un ecoparque infantil para el entretenimiento de los más pequeños.

Durante las estaciones de primavera, verano y otoño (siempre que el tiempo lo permita) organizaremos mercadillos de segunda mano, abierto a toda la población para que puedan vender sus artículos. Asimismo, los días de mercadillo ofreceremos una comida popular en la que los vendedores tendrán un precio especial.



## 6. OFICINA



Descripción:

Espacio de unos 10m<sup>2</sup> abierto únicamente a las socias de la empresa.

## 7. ZONA DE SERVICIO



Descripción: Esta zona comprende unos 75m<sup>2</sup> y está compuesta por:

- 2 almacenes (30m<sup>2</sup>). Uno para el stock de la tienda y otro para los residuos recolectados.
- Porche donde se ubicarán las dos máquinas de reverse-vending.

Se generarán ingresos con la venta del material recolectado, para compensar los descuentos aplicados en los tickets de reverse vending y amortizar la maquinaria. Se manejan unos márgenes de entre el 40% y 70% sobre el material que la máquina recibe. El beneficio dependerá de la presencia de metal, que hace que la recompensa sea más elevada. Por ejemplo, si un bote de refresco de aluminio se paga a un céntimo al usuario reciclador, la franquicia lo recompra a su cliente a 1,6 céntimos.

- Los 3 aseos públicos y cuarto de limpieza (15m<sup>2</sup>).

## **5.2. COSTES DE CONSTRUCCIÓN**

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- Compra del terreno.
- Construcción de la nave.

Para la realización de nuestro proyecto será necesaria la adquisición de un terreno ya que el acondicionamiento de una edificación existente resultaría inviable para cumplir con los requisitos ecológicos que nos planteamos como uno de los pilares de nuestro negocio.

Una vez adquirido el terreno pasamos a la construcción de la nave de 400m<sup>2</sup> a la que se incluirán los costes de proyecto arquitectónico, licencia de obras y coste del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 280000€ IVA incluido.

## **5.3. MOBILIARIO Y DECORACIÓN**

Queremos crear un espacio amplio, diáfano y funcional que siga la línea eco de todo el proyecto, por ello utilizaremos el mobiliario mínimo indispensable en materiales naturales. Los muebles más especiales son los de la tienda eco ya que tienen que estar provistos de dispensadores específicos para cada producto. En el resto del local recurriremos al uso del acero inoxidable para cumplir con la normativa sanitaria en el caso de la cocina y en el resto utilizaremos mobiliario convencional que cumpla la función correspondiente.

La decoración será muy escueta queriendo dar la sensación antes descrita. El suelo será de cemento pulido excepto en la cocina que requiere un pavimento antideslizante. Los tabiques interiores serán blancos para dar luminosidad a excepción de dos paredes que estarán revestidas con un jardín vertical que será el centro de atención y hará muy especial el espacio.

El precio de todo el mobiliario y decoración rondará los 50000€ (IVA incluido).

## 5.4. ADQUISIÓN DEL STOCK INICIAL

Con la compra inicial básica, según empresas del sector, sólo se cubriría una serie de artículos básicos para empezar la actividad de la tienda eco. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses a ampliar el surtido. Para el resto del negocio hay que comprar los utensilios de cocina y la vajilla de la cafetería.

Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación:

ARTÍCULOS	PRECIO	IVA	TOTAL CON IVA
Stock inicial tienda	5.000,00€	800,00€*	5.800,00€
Menaje cocina/cafetería	1.000,00€	160,00€	1.160,00€
TOTAL	6.000,00€	960,00€	6.960,00€

(\*) Entre los artículos que se compren existirán diversas clases de IVA, desde el 4% al 16%. Para simplificar el análisis se ha tomado un tipo medio del 16%.

## 5.5. EQUIPO INFORMÁTICO

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas. Sería muy recomendable incorporar un software de lectura de códigos de barras y QR para gestionar de forma mucho más eficaz el almacén, los pedidos a proveedores y el sistema de puntos de nuestros clientes.

Además, incluiremos 5 ordenadores (4 a disposición de nuestros clientes y uno para la oficina) y una impresora. En la sala polivalente contará con el proyector y la pantalla.

Hay que añadir el software de gestión y de fidelización.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 4000€ IVA incluido.

## 5.6. GASTOS INICIALES, CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad. Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 3000€ (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros.

## 5.7. FONDO DE MANIOBRA

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: Préstamo hipotecario, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, etc.

CONCEPTOS	TOTAL CON IVA
Préstamo hipotecario	2.287,91€
Renting máquinas reverse vending	53,00€
Suministros	400,00€
Sueldos	5.816,66€
Seguridad Social	511,39€
Gestoría	90,00€
Total pagos 1 mes	9.158,96€
Meses a cubrir con fondo de maniobra	3
Fondo Maniobra 3 meses (aprox.)	27.476,88€

## 5.8. MEMORIA DE LA INVERSIÓN

La inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto que tenemos en mente se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	TOTAL	IVA	TOTAL CON IVA
Terreno y construcción	241.375,00€	50.688,75€	292.063,75€
Instalaciones técnicas	33.057,00€	6.942,15€	40.000,00€
Mobiliario	53.100,00€	11.151,00€	64.251,00€
Stock inicial	6.000,00€	960,00€	6.960,00€
Equipos informáticos	2.762,81€	580,19€	3.343,00€
Gastos constitución y puesta en marcha	2.479,00€	520,66€	3.000,00€
Fondo de maniobra	27.476,88€	-	27.476,88€
<b>TOTAL:</b>	<b>366.250,69€</b>	<b>70.842,75€</b>	<b>437.094,63€</b>

## 5.9. AYUDAS, SUBVENCIONES Y BONIFICACIONES

Reunimos los requisitos para solicitar las siguientes:

- Municipales:
  - 50% del importe de los terrenos.
- Comunidad Autónoma:
  - Instituto para la competitividad empresarial: Ayuda a emprendedores. (hasta el 60% de una máx. de 200000€)
  - Fondos MINER. (porcentaje aún por determinar)
- Estatal:
  - Empleaverde: Convocatoria Impulsa. (entre 100000€ y 300000€)

Bonificaciones:

- Fondos FEDER. 50% Instalación calefacción aerotérmica.
- Bonificación cuota autónomos.
  - Trabajadores menores de 30 años, o mujeres menores de 35 años, que causen alta inicial o no hubieran estado de alta en los 2 años inmediatamente anteriores en el RETA.  
Además de las reducciones y bonificaciones previstas con carácter general, una bonificación adicional equivalente al 30% sobre la cuota por contingencias comunes, incluida la incapacidad temporal, durante los 12 meses siguientes a la finalización del periodo de

bonificación previsto con carácter general. En este supuesto la duración máxima de las reducciones y bonificaciones será de 36 meses.

- Trabajadores que causen alta inicial o que no hubieran estado de alta en los 2 años inmediatamente anteriores en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Que opten por la base mínima de cotización cuota única mensual de 60 euros durante los 12 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta. Si la actividad se desarrolla en municipios de menos de 5.000 habitantes la cuota única de 60 euros se aplicará durante 24 meses. No será de aplicación las reducciones y bonificaciones para los 12 meses posteriores al periodo inicial. Que opten por una base de cotización superior a la mínima que les corresponda. Reducción mensual equivalente al 80% de la cuota, de acuerdo con lo establecido en el artículo 31.2 de la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del Empleado Autónomo, durante los 12 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta. Con posterioridad al periodo inicial de 12 meses previsto en los dos supuestos anteriores, y con independencia de la base de cotización elegida, podrán aplicarse sobre la cuota por contingencias comunes, incluida la incapacidad temporal, y por un período máximo de hasta 12 meses, hasta completar un periodo máximo de 24 meses tras la fecha de efectos del alta:
  - a) Una reducción equivalente al 50% de la cuota durante los 6 meses siguientes al período inicial previsto en cualquiera de los dos primeros supuestos.
  - b) Una reducción equivalente al 30% de la cuota durante los 3 meses siguientes al período señalado en la letra a).
  - c) Una bonificación equivalente al 30% de la cuota durante los 3 meses siguientes al período señalado en la letra b).
- Bonificación Seguridad Social:
  - Trabajadores desempleados mayores de 52 años beneficiarios de los subsidios del Artículo 274 de la del Real Decreto Legislativo 8/2015, a tiempo completo y de forma indefinida.
  - Contrato para la Formación y el Aprendizaje. Cuantía anual: Reducción de las cuotas del empresario según la plantilla de la empresa. Si es menor de 250 trabajadores: 100%.

## 5.11. ESTIMACIÓN DE RESULTADOS

Para realizar la estimación de resultados hemos elegido un supuesto en el que no nos conceden subvenciones (supuesto 1) y otro en el que sí nos conceden una del 60% de la inversión inicial en el que amortizaríamos el préstamo hipotecario (supuesto 2).

Hemos realizado un cálculo (a la baja) de la media de ingresos y de costes variables de cada uno de nuestros servicios:

- Tienda Eco: 7.000€/mes (84.000€/año) con unos costes variables del 75%.
- Cafetería: 4.000€/mes (48.000€/año) con unos costes variables del 65%.
- Sala social, polivalente y zona verde: 7.000€/mes (84.000€/año) con unos costes variables del 30%.

	SUPUESTO 1	SUPUESTO 2
Ingresos	216.000,00€	216.000,00€
Costes variables (57%)	123.120,00€	123.120,00€
Costes fijos	109.920,00€	82.440,00€
TOTAL:	-17.040,00€	10.440,00€

### CONCLUSIÓN:

A simple vista es evidente que es un proyecto muy ambicioso e inviable sin percibir subvenciones. Pero si no nos quedamos sólo con los resultados económicos y profundizamos en el concepto global del proyecto, veremos que es mucho más. No es una simple empresa, es un movimiento social cuyas aspiraciones no son la simple rentabilidad económica. Busca un bienestar común, una cohesión social, una oportunidad para un sector vulnerable de la sociedad como es la población rural, inyecta dosis de cultura y además cuida y protege el medioambiente.

## FASE 6. FINANCIACIÓN

### 6.1. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
TERRENOS Y BIENES NAT.	103.655,00€	CAPITAL SOCIAL	159.863,00€
CONSTRUCCIONES	137.720,00€		
MOBILIARIO	53.100,00€		
INSTALACIONES TÉCNICAS	33.057,00€	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
EQUIPOS INFORMÁTICOS	2.548,76€	DEUDAS L/P ENT.CRED.	239.794,75€
APP. INFORMÁTICAS	214,05€		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
EXISTENCIAS	6000,00€	CRÉDITO A C/P ENT. CR.	10.226,69 €
TESORERÍA	27.476,88€		
HP IVA SOPORTADO	70.842,75€		
<b>TOTAL</b>	<b>409.884,44€</b>	<b>TOTAL</b>	<b>409.884,44€</b>

### 6.2. MODO DE FINANCIACIÓN

Obtendremos el capital necesario por dos vías de financiación:

- Financiación propia: Cada una de las socias hará una aportación de 53.287,70€.
- Financiación ajena externa:
  - A corto plazo: Póliza de crédito con un máximo de 30000€ y las siguientes condiciones: 4.5% por crédito dispuesto, 1% por no dispuesto.
  - A largo plazo: Tras haber estudiado varias opciones hemos decidido hacernos socias de Iberaval (30€ anuales) por los numerosos beneficios que podemos obtener. Entre ellos podemos destacar la facilidad de acceso al crédito, la agilidad (respuesta a operaciones de más de 150000€ entre cinco y quince días), plazos de amortización, asesoramiento y facilidades para emprendedores.

Programas bonificados gestionados por iberaval.

- La Junta de Castilla y León a través del Instituto para la Competitividad Empresarial (ICE), dispone de un programa de préstamos y créditos bonificados gestionado por Iberaval de los cuales nos podríamos acoger a los siguientes:

## Medio rural

Financiación de proyectos de inversión empresarial y necesidades de capital circulante para autónomos y empresas situadas en todos los municipios de Castilla y León con población menor de 20.000 habitantes y que no se encuentren en el alfoz de las capitales de provincia (2,5 kilómetros alrededor de la capital).

## Autónomos y microempresas

Financiación de proyectos de inversión empresarial y necesidades de capital circulante para la puesta en marcha del negocio realizados por autónomos y microempresas, entendiendo por éstas a las que cuenten con menos de cinco trabajadores.

## Reactivación económica

Financiación de proyectos de inversión y necesidades de capital circulante de empresas que generen actividad, bien mediante inversiones materiales o circulante o bien manteniendo y/o creando empleo.

## Sector comercio

Financiación de proyectos de inversión empresarial y necesidades de capital circulante realizados por autónomos y empresas del sector comercial. (CNAE Comercio).

## Sobre Iberaval.

Iberaval gestiona el programa de préstamos y créditos avalados con bonificación de los gastos financieros derivados de la financiación de pymes y autónomos con establecimiento en Castilla y León, gracias al apoyo del ICE -Instituto para la Competitividad Empresarial-.

Las ayudas se aplican sobre los costes de financiación y, dependiendo de la línea del programa que se trate, serán de un mínimo del 1,25% hasta la totalidad de los citados costes.

El ámbito de aplicación del programa ICE Financia se dirige a autónomos, pymes y emprendedores con establecimiento en Castilla y León, siempre que las inversiones o gastos financiables se desarrollen en dicha comunidad autónoma.

Desde que ICE Financia comenzó su andadura, a través de la extinta ADE Financiación vinculada a la Agencia de Innovación, el programa de préstamos avalados, impulsado por la Junta de Castilla y León en colaboración con Iberaval, ha generado una inversión cercana a los 1.630 millones de euros vinculada a un importe de préstamos formalizados de en torno a 1.150 millones de euros. Consulta con la Red de Oficinas de Iberaval si tu Proyecto encaja en alguna de las Líneas ICE.

IBERAVAL

Tu financiación ▾ Empresas y Autónomos ▾ Transporte y Pesca ▾ Líneas de ayudas ▾ Casos de éxito Contacto

  
INVERSIÓN

  
CIRCULANTE

  
AVAL ADMON.

  
AVAL ECONÓMICO

Inversión de 6.000€ a 750.000€ con un plazo de hasta 180 meses. Avales económicos ante Entidades Financieras en operaciones de inversión.

Importe  €    Plazo  meses    Carencia  meses







CUOTA MENSUAL
2287,91 €
Interés Nominal Máximo: 2,75% T.A.E.(*): 4,285%

Hemos creado este proyecto con la convicción de que funcionará. El cariño, el respeto y la ilusión, son los cimientos sobre los que se construye todo lo demás.

Cada una de las “socias” ha aportado sus sueños y juntas los hemos plasmado en la simulación de una empresa que nos parece increíble y además nos da libertad para seguir soñando y adaptándola a nuevas ideas.

En definitiva, la viabilidad del proyecto, al final, dependerá de la confianza y credibilidad que consigamos transmitir a la hora de solicitar las subvenciones y a la población del Valle de Laciana.

¡Qué bonito es soñar, y además es gratis!

