

PLAN DE EMPRESA

**PRODUCTOS
LATINOS**

DATOS DE CONTACTO
IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

DATOS DE CONTACTO:

PRESENTADO POR.

TELEFONO:.

FAX:

DIRECCIÓN:

MUNICIPIO:

PROVINCIA Y COD. POSTAL:

CORREO ELECTRONICO:

DATOS DEL PROYECTO O EMPRESA:

DENOMINACIÓN: Alimentos Latinos.

FORMA JURÍDICA: Persona física.

FECHA DE CONSTITUCIÓN:.

CAPITAL:

SECTOR DE ACTIVIDAD: Comercio minorista.

PRODUCTOS PRINCIPALES: Productos de alimentación envasados de origen latinoamericano.

INVERSIÓN REALIZADA:

DATOS DE LA PROMOTORA

NOMBRE Y APELLIDOS:

N.I.E.:

FECHA DE NACIMIENTO:.

NACIONALIDAD:

DOMICILIO:

MUNICIPIO:

PROVINCIA Y COD. POSTAL:

TELEFONO:

FORMACIÓN: Ver currículum adjunto.

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA EMPRESARIAL

- Sector o sectores de actividad

Comercio al por menor.

- Descripción de la actividad.

Venta de productos de alimentación de origen latinoamericano, principalmente de Colombia y Ecuador.

- Ámbito geográfico

Municipio de Ciudad Real y zona comercial de influencia.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Descripción Comercial.

En el establecimiento se van a comercializar productos alimentarios de procedencia latinoamericana, principalmente de Ecuador, Colombia y Perú, todos envasados y sin necesidad de ningún tipo de manipulación por parte de la promotora.

Dentro de la variedad de productos que se ofertarán podemos establecer 8 categorías de productos:

- Granos.
- Condimentos.
- Galletas y dulces.
- Bebidas.
- Congelados.
- Conservas y Enlatados.
- Harinas.
- Otros.

La mayoría de los productos se destinan al consumo dentro del hogar, ya sea como ingredientes o como acompañamiento de otros platos, facilitando el envasado su transporte y almacenamiento. Por otra parte, al no tratarse de productos perecederos, se estimula la compra de cantidades medianas, facilitando la rotación del stock y la posibilidad de introducir nuevos productos incorporados por el mayorista proveedor.

- Descripción Técnica.

Los productos se presentan listos para su exposición al comprador, el cual tendrá acceso directo a los mismos mediante estanterías expositoras. Las dimensiones del local son adecuadas para controlar el negocio sin necesidad de establecer medidas de seguridad internas adicionales, a la vez que se ajustan las necesidades de almacén para no dar sensación de desabastecimiento.

Los pedidos se sirven por el mayorista en lotes, pudiendo adquirirse de forma individual.

3. PLAN DE COMPRAS

➤ Listado de proveedores:

- Nativo.

➤ Motivos de selección de los mismos:

Amplio surtido de productos, ofreciendo transporte gratuito superando un montante de pedidos (1.500,00 €).

La oferta de nuevos artículos es creciente y las marcas servidas son suficientemente conocidas por la clientela potencial.

Otra característica garantizada por el proveedor es la rapidez en la atención de los pedidos y la veracidad del catálogo presentado.

4. PRECIO DE VENTA

➤ Costes.

– Costes variables:

- Existencias.

– Costes fijos:

- Alquiler.
- Cuota Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
- Suministros: Electricidad, agua.
- Teléfono.
- Bolsas.
- Material de Limpieza.
- Cuota alarma local.
- Seguro.
- Material de oficina.
- Intereses de préstamo.
- Amortización inversión.
- Impuestos directos.
- Costes directos:
 - Existencias.
 - Bolsas.
 - Suministros.
 - Alquiler.

- Costes indirectos:
 - Cuota Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
 - Teléfono.
 - Material de Limpieza.
 - Cuota alarma local.
 - Seguro.
 - Material de oficina.
 - Intereses de préstamo.
 - Amortización inversión.
 - Impuestos directos.

➤ Precio de venta

Dada la amplia variedad de productos a comercializar, ofreceremos una lista de precios medios por cada categoría definida, estableciéndose la tarifa en función de los precios recomendados por el proveedor y teniendo como referencia superior el precio marcado por la escasa competencia.

Nuestra tarifa de precios, con las debidas consideraciones al surtido disponible será:

Gama	Precio
Granos	1,77
Condimentos	1,41
Dulces y galle	1,78
Bebidas	1,37
Congelados	2,63
Conservas	2,17
Harinas	1,89

Los precios incluyen el IVA correspondiente (generalmente el 7 %).

➤ Margen Bruto.

El margen comercial a obtener también es oscilante, tanto por gama como por referencia de productos, por lo que se fijará el margen a obtener con miras a asegurar una rentabilidad suficiente y una captación y fidelización de la clientela a través del precio de venta.

Por gama de alimentos, establecemos los siguientes márgenes medios:

Granos	40 %
Condimentos	40 %
Dulces y galle	50 %
Bebidas	45 %
Congelados	40 %
Conservas	40 %
Harinas	40 %

5. ESTUDIO DE MERCADO

➤ Definición del sector de actividad:

Consideraremos en este punto la peculiaridad que presenta la demanda de alimentación por parte de la creciente población inmigrante asentada en nuestro país, la cual radica en la paulatina adaptación a la dieta española, pero conservando una fuerte tendencia a mantener la gastronomía de origen, alternando por igual entre una cocina y otra a pesar de llevar tiempo de residencia (la población latinoamericana distribuye entre un 54 % de su dieta con platos propios y un 46 % con platos españoles), ya que las restricciones horarias y la carencia de ingredientes propicios obligan a equilibrar ambas posibilidades de nutrición.

Los establecimientos especializados en comida de origen están teniendo un fuerte auge ante esta demanda (15 % de las adquisiciones de alimentos se realizan en estos establecimientos), aunque no se encuentran entre los preferidos para efectuar en ellos un volumen importante de la compra de alimentos, principalmente por tener una imagen de precios caros asociados a compras de productos no necesarios, (como motivación de compra entre la población inmigrante se encuentra el precio, la cercanía, la calidad y el trato recibido), hecho que se ha de tener a la hora de fijar la estrategia del establecimiento.

La satisfacción total en la compra esta lejos de alcanzarse por la ausencia o poca variedad de productos de origen, lo cual implica la existencia de una necesidad susceptible de convertirse en demanda efectiva.

Los datos han sido extraídos del *“Estudio sobre hábitos alimentarios de los inmigrantes en España”*, AC-Nielsen y editado por el Mº de Agricultura, Pesca y Alimentación

➤ Demanda.

La actividad se va a orientar principalmente hacia la población emigrante de origen latinoamericana que reside en el municipio de Ciudad Real y los residentes en otras localidades que son atraídas por esta como cabecera comercial, sin que por ello se descarten los consumidores españoles que se sientan atraídos por estos productos, ya sea por curiosidad o por tener un conocimiento de los mismos fruto de actividades turísticas.

De acuerdo a lo anterior los datos de población latinoamericana que residen en la capital y en la zona de influencia son:

Municipio de Ciudad Real: 1.613.

Zona de atracción: 3.156.

	Total América
Abenójar	13
Alcolea de Calatrava	4
Aldea del Rey	5
Almagro	216
Arenas de San Juan	3
Bolaños de Calatrava	1.023
Carrión de Calatrava	12
Corral de Calatrava	14
Cortijos (Los)	1
Daimiel	125
Fernán Caballero	23
Fuente el Fresno	24
Granátula de Calatrava	18
Malagón	54
Miguelturra	140
Piedrabuena	51
Porzuna	36
Tomelloso	1.068
Urda	18
Villacañas	226
Villafranca de los Caballeros	82

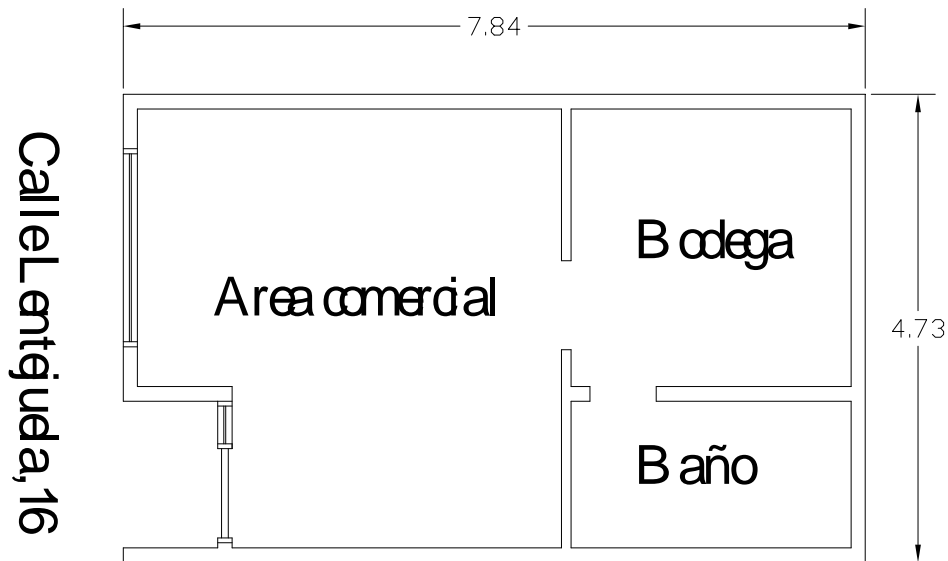
Fuente: *Padrón Municipal. Explotación Estadística a 1 de enero de 2005*. INE.

La delimitación geográfica del Área comercial se ha obtenido del *Anuario Económico de España 2005*. del Servicio de Estudios de La Caixa.

Por tanto el mercado potencial no español que ya conoce la mayoría de productos comercializados asciende a 4.769 personas, (cifras que presumimos sean superiores por contemplarse solo la población censada), al que añadiremos un porcentaje de población española que puede convertirse en comprador esporádico de los productos de alimentación y que evaluaremos en 100 personas (sobre un total de 177.672 habitantes representa el 0,06 %).

El mercado total estimado es de 4.869 personas.

Siguiendo los datos aportados por el Anuario de La Caixa, el gasto medio anual en alimentación por persona ascendió a 1.382,00 €, lo cual, suponiendo que solo se consumieran los productos comercializados en la actividad, nos daría un tamaño de mercado anual de 6.728.958,00 € al año, cifra que rebajaremos para establecer una aproximación más cauta de cara a la elaboración de la previsión de ventas, estimando que el gasto medio anual por persona en estos productos se situará en torno a 300,00 €, lo cual nos lleva a obtener un volumen de negocio potencial de 1.460.700,00 €.



7. PLAN DE MÁRKETING

➤ Estrategia de precios.

Como hemos apuntado más arriba, la población inmigrante no es muy diferente a la española en cuanto a hábitos de consumo, teniendo como factor determinante de su compra el precio y la calidad asociada, por lo que tendremos muy en cuenta este factor a la hora de trabajar con los márgenes para establecer el precio de venta. Dada la ausencia de competencia relevante, nuestra guía será el grado de aceptación de los productos al margen medio inicial del 40 %.

➤ Producto.

Los productos vienen envasados listos para su presentación y venta desde su origen bajo marcas suficientemente conocidas por los consumidores latinos, por lo que pensamos que no se tiene que hacer ningún esfuerzo en este sentido.

➤ Promoción y publicidad.

En este punto de la comercialización, el esfuerzo se dirigirá a dar a conocer la apertura del establecimiento, incidiendo en medios impresos de difusión gratuita que tiene amplia divulgación entre la población inmigrante, a través de una campaña de anuncios breves pero continuados.

No obstante el predominio de productos con una fecha de caducidad amplia ya envasados, la demanda de productos frescos también será atendida, especialmente frutas específicas y queso fresco, intentando dar salida a los mismos antes de que se alcance la fecha de retirada de la venta, mediante su entrega a menor coste o gratis junto con la compra de otros productos o por la superación de un importe de compra,

consiguiendo fidelizar a la clientela, mejorar la imagen del negocio y dar salida a un stock que de otra manera debería desecharse (rentabilidad indirecta).

El segmento de población española que puede verse atraído por estos productos, se intentará captar mediante degustaciones de los productos ofertados, ofreciendo una imagen de establecimiento “abierto” a nuevos sabores y variedades gastronómicas.

También se elaborarán folletos informativos con posibles ofertas y promociones de lanzamiento, intentando recabar apoyos publicitarios del proveedor mayorista.

➤ **Distribución.**

A medio plazo, la venta se realizará directamente al público, sin descartar el aprovisionamiento a establecimientos localizados fuera del municipio de influencia (locutorios, bares, restaurantes, etc).

8. OBJETIVOS DE VENTAS

➤ **Previsión de ventas.**

La previsión de ventas la vamos a elaborar a partir de la consideración de un gasto medio mensual por persona de 20 €, considerando un número de compradores diarios de 15, durante un periodo de apertura (26 días) en horario comercial de 10 a 14 h. y de 17:00 a 21.00 h de lunes a sábado (se estudiará cerrar un día laborable entre semana una vez consolidado el negocio), para aprovechar el tiempo durante el que previsiblemente se realizan las compras, nos da una facturación mensual potencial de 7.800,00 €.

A pesar de que el número de clientes establecido nos parece escaso (un 0,3 % del total) y el presupuesto de gasto familiar destinado a este tipo de productos muy ajustado, en atención a la prudencia, no lo consideraremos alcanzado hasta haber transcurrido unos meses desde la apertura, produciéndose un aumento paulatino de la facturación hasta alcanzar el 100 % de objetivo, según la siguiente previsión:

Meses	% s/objetivo	TOTAL
Mes 1	60,00%	4.680,00
Mes 2	60,00%	4.680,00
Mes 3	60,00%	4.680,00
Mes 4	65,00%	5.070,00
Mes 5	85,00%	6.630,00
Mes 6	85,00%	6.630,00
Mes 7	85,00%	6.630,00
Mes 8	85,00%	6.630,00
Mes 9	85,00%	6.630,00
Mes 10	85,00%	6.630,00
Mes 11	85,00%	6.630,00
Mes 12	85,00%	6.630,00
TOTAL		72.150,00

9. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

- Definición de puestos de trabajo:

Las funciones a desempeñar dentro de la actividad podemos agruparlas en:

- * Producción: atención a clientes, publicidad y campañas promocionales, reclamaciones.
 - * Gestión: control de almacén, reposición de productos, limpieza y organización del local.
 - * Administración: Cobros y pagos, trámites ante diversos organismos, bancos, fiscalidad y otras obligaciones legales.
- Total plantilla: 1.
 - Promotores: 1.
 - Contratos indefinidos: La empresa no contará con ningún empleado a excepción de la promotora, por lo que no se celebrará ningún tipo de contrato al inicio de la actividad.

10. ESTUDIO JURÍDICO Y FISCAL

- Forma jurídica: Empresaria individual.
- Epígrafe I.A.E.: 647.1.- Comercio al por menor de cualquier clase de productos alimenticios y de bebidas en establecimientos con vendedor.
- I.R.P.F.: Estimación Objetiva (Módulos).
 - Pagos fraccionados trimestrales: Mod. 131.
- IVA: Régimen Especial de Comercio Minorista. Recargo de Equivalencia.
- Obligaciones Sociales:
 - Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
 - Libro de Visitas.
- Otras obligaciones:
 - Permiso de trabajo por cuenta propia.
 - Licencia de Actividad.
 - Permiso para venta de bebidas alcohólicas.
 - Carnet de Manipuladora de Alimentos.

11. INVERSIONES NECESARIAS

➤ Inversión necesaria: presupuesto.

ACTIVO	Cuantía
Licencia de apertura	120,00 €
Acondicionamiento de local	635,95 €
Aire Acondicionado	457,04 €
Alta Electricidad	48,00 €
Sistema de alarma	135,00 €
Congelador	620,60 €
Nevera expositora	830,56 €
Mostrador	452,40 €
Estanterías	142,92 €
Etiquetadora	63,50 €
Extintor	22,69 €
Publicidad de lanzamiento	500,00 €
Subtotal activos	4.028,66 €
Fianza local	300,00 €
Existencias	3.000,00 €
Tesorería	1.473,30 €
TOTAL INVERSIÓN	8.801,96 €

El “Acondicionamiento del local” comprende la revisión de la instalación eléctrica y la pintura y saneamiento de paredes.

El Aire acondicionado incluye instalación y posee bomba de calor.

Todos los precios del presupuesto incluyen el IVA correspondiente (Existencias incorporan el Recargo de Equivalencia).

La publicidad de lanzamiento se destinará a dar a conocer el negocio, destinándose el presupuesto del mismo de la siguiente forma:

Folletos de mano: 5.000 ejemplares a un coste de 90 €.

Carteles publicitarios: 50 ejemplares a 110 €

Carteles con foto a color: 10 ejemplares a 30 €.

El resto del presupuesto inicial (270,00 €) se destinará a anuncios breves en publicaciones de distribución gratuita.

12. MAGNITUDES ECONOMICO FINANCIERAS DEL PROYECTO

Anexo I. Previsión de resultados doce primeros meses.

Anexo II. Previsión de tesorería doce primeros meses.

Anexo III, IV y V. Cuentas anuales tres primeros años.

Anexo VI. Ratios.

13. FINANCIACION PREVISTA

Obtención de un microcrédito a través de la Fundación Un Sol Mon de la Caixa de Catalunya.

Las características de dicho préstamo son:

- * Tipo de interés: 6,17 %.
- * Plazo de amortización: 4 años.
- * Sin aval.

ANEXO I PREVISION DE RESULTADOS 12 PRIMEROS MESES

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Ventas	4.680,00	4.680,00	4.680,00	5.070,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	72.150,00
coste ventas	3.297,90	3.297,90	3.297,90	3.572,73	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	50.842,65
Exist inici	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	
Exist final	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	
Margén bruto	1.382,10	1.382,10	1.382,10	1.497,27	1.957,97	1.957,97	1.957,97	1.957,97	1.957,97	1.957,97	1.957,97	1.957,97	21.307,35
Compras	3.297,90	3.297,90	3.297,90	3.572,73	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	4.672,03	50.842,65
Sueldos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Autónomos	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	2.257,20
Teléfono	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	432,00
Electricidad	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00
Agua	0,00	20,00	0,00	20,00	0,00	20,00	0,00	20,00	0,00	20,00	0,00	20,00	120,00
Mat. De limpieza	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	216,36
Alarma	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
Mat. Oficina	30,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30,00
Seguro	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	350,00
Alquiler	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	4.176,00
Impuestos	0,00	0,00	0,00	144,85			144,85			144,85		144,85	579,40
Otros gastos	47,10	29,10	28,10	36,34	28,10	29,10	35,34	29,10	28,10	36,34	28,10	36,34	391,19
Intereses	45,26	44,42	43,59	42,74	41,90	41,05	40,19	39,33	38,47	37,60	36,72	35,85	487,10
Amortz Iluminación	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	6,69	80,24
Amortz Gastos	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	9,24	110,93
Amortz Mobiliario	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35	64,15
Amortz Congelador y nevera	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	13,03	156,38
Amortz Etiquetadora	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	6,84
Total Gastos	1.902,37	1.523,53	1.501,69	1.673,95	1.500,01	1.520,16	1.650,39	1.518,44	1.496,58	1.668,80	1.494,83	1.667,05	19.117,79
Resultado	-520,27	-141,43	-119,60	-176,67	457,97	437,82	307,58	439,53	461,40	289,17	463,14	290,92	2.189,56
Resultado acu	-520,27	-661,70	-781,30	-957,97	-500,00	-62,19	245,39	684,93	1.146,32	1.435,50	1.898,64	2.189,56	
Impuesto a cta			144,85			144,85			144,85			144,85	

ANEXO II. PREVISION DE TESORERIA 12 PRIMEROS MESES

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
COBROS													
Ventas	4.680,00	4.680,00	4.680,00	5.070,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	72.150,00
Fondos Propi	1.473,30												
cobros	6.153,30	4.680,00	4.680,00	5.070,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	6.630,00	73.623,30
PAGOS													
Compras	3.053,61	3.053,61	3.053,61	3.308,08	4.325,95	4.325,95	4.325,95	4.325,95	4.325,95	4.325,95	4.325,95	4.325,95	47.076,53
Sueldos	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	6.768,00
Autónomos	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	188,10	2.257,20
Teléfono	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	31,03	372,41
Electricidad	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	155,17	1.862,07
Agua	0,00	18,69	0,00	18,69	0,00	18,69	0,00	18,69	0,00	18,69	0,00	18,69	112,15
Mat. De limpieza	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	186,52
Alarma	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	258,62
Mat. Oficina	25,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,86
Seguro	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	350,00
Alquiler	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	3.060,00
Impuestos				144,85			144,85			144,85	0,00		
Otros gastos	40,60	25,09	24,23	32,33	24,23	25,09	31,47	25,09	24,23	32,33	24,23	32,33	341,23
Reten trabajo				108,00			108,00			108,00			108,00
Reten alqui	0,00			135,00			135,00			135,00			405,00
Principal	162,14	162,98	163,82	164,66	165,50	166,36	167,21	168,07	168,94	169,80	170,68	171,55	2.001,71
Intereses	45,26	44,42	43,59	42,74	41,90	41,05	40,19	39,33	38,47	37,60	36,72	35,85	487,10
Iva pagado	338,65	333,34	331,89	353,70	433,68	435,13	433,68	435,13	433,68	435,13	433,68	435,13	4.832,81
TOTAL	5.246,53	4.868,53	4.847,53	5.538,45	6.221,66	6.242,66	6.616,75	6.242,66	6.221,66	6.637,75	6.221,66	6.249,90	
FLUJO DE CAJA	906,77	-188,53	-167,53	-468,45	408,34	387,34	13,25	387,34	408,34	-7,75	408,34	380,10	2.467,54
C-F ACUMULA	906,77	718,23	550,70	82,25	490,59	877,93	891,18	1.278,52	1.686,86	1.679,10	2.087,44	2.467,54	

ANEXO III. CUENTAS ANUALES

BALANCE AÑO 1			
ACTIVO		PASIVO	
Gastos de constituci		Capital social	
Licencia de apertura	96,00	Recursos propios	0,00
Gastos de establecimiento		Acreeedores a l.p.	
Reformas local	465,40	Préstamos banco	6.800,25
Alta Luz	39,72	Acreeedores a c.p.	
Publicidad de lanzamiento	500,00	Proveedores	0,00
Aire Acondicionado	407,79	Otros acreedores	0,00
Pintura local y rótulo	141,14	H.P. ACREEDOR POR IVA	0,00
Inmovilizado material		H.P. RETENCION I.R.P.F.	108,00
Sistema de seguridad+ext	157,69	H.P. RETENC ALQUILER	135,00
Congelador y nevera	1.451,16	H.P. ACREEDOR IRPF prof	0,00
Mobiliario	595,32	H.P. PAGO A CTA I.R.P.F	144,85
Etiquetadora	63,50	Rdo ejercicio	beneficios 2.189,56
Amortiz. Acumulada mater	-307,61	TOTAL	9.377,66
Fianzas	300,00		
Realizable			
Circulante			
Existencias	3.000,00		
Disponible			
Bancos	2.418,19		
Caja	49,35		
TOTAL	9.377,66		

CUENTA DE RESULTADOS AÑO1			
DEBE		HABER	
GASTOS		INGRESOS	
Compras	50.842,65	Ventas	72.150,00
Variación de existencias	3.000,00	Variación de existencias	3.000,00
Personal		Subvenciones	0,00
Sueldos	7.200,00	Intereses	
S.S.	0,00	TOTAL	75.150,00
Autónomos	2.257,20	Rdo ejercicio	beneficio 2.189,56
Suministros		TOTAL	72.960,44
Teléfono	432,00		
Electricidad	2.160,00		
Agua	120,00		
Mat. De limpieza	216,36		
Alarma	300,00		
Mat. Oficina	30,00		
Seguro	350,00		
Otros gastos	391,19		
Alquiler	4.176,00		
Impuestos	579,40		
Intereses	487,10		
Amortz Iluminación	80,24		
Amortz Gastos	110,93		
Amortz Mobiliario	64,15		
Amortz Congelador y nevera	156,38		
Amortz Etiquetadora	6,84		
Total Gastos	72.960,44		

ANEXO IV. CUENTAS ANUALES

BALANCE DE SITUACION. AÑO 2

ACTIVO		PASIVO	
Gastos de constituci		Capital social	
Licencia de apertura	72,00	Recursos propios	0,00
Gastos de establecimiento		Acreeedores a l.p.	
Reformas local	465,40	Préstamos banco	4.671,48
Alta Luz	31,45	Acreeedores a c.p.	
Publicidad de lanzamiento	500,00	Proveedores	0,00
Aire Acondicionado	358,54	Otros acreedores	0,00
Pintura local y rótulo	111,74	H.P. ACREEDOR POR IVA	0,00
Inmovilizado material		H.P. RETENCION I.R.P.F.	108,00
Sistema de seguridad+ext	157,69	H.P. RETENC ALQUILER	138,65
Congelador y nevera	1.451,16	H.P. ACREEDOR IRPF prof	0,00
Mobiliario	595,32	H.P. PAGO A CTA I.R.P.F	144,85
Etiquetadora	63,50	Rdo ejercicio año anterior	2.189,56
Amortiz. Acumulada mater	-615,22	Rdo ejercicio	3.693,75
Fianzas	300,00	beneficios	
Circulante		TOTAL	10.946,29
Existencias	3.000,00		
Disponible			
Bancos	4.365,62		
Caja	89,09		
TOTAL	10.946,29		

CTA DE RESULTADOS AÑO 2

DEBE		HABER	
GASTOS		INGRESOS	
Compras	51.859,50	Ventas	74.696,90
Variación de existencias	3.000,00	Variación de existencias	3.000,00
Personal		Subvenciones	0,00
Sueldos	7.200,00	Intereses	
S.S.	0,00	TOTAL	77.696,90
Autónomos	2.257,20	Rdo ejercicio	3.693,75
Suministros		beneficio	
Teléfono	443,66	TOTAL	74.003,14
Electricidad	2.218,32		
Agua	123,24		
Mat. De limpieza	194,11		
Alarma	269,14		
Mat. Oficina	30,81		
Seguro	359,45		
Otros gastos	400,97		
Alquiler	4.288,75		
Impuestos	579,40		
Intereses	360,04		
Amortz Iluminación	80,24		
Amortz Gastos	110,93		
Amortz Mobiliario	64,15		
Amortz Congelador y nevera	156,38		
Amortz Etiquetadora	6,84		
Total Gastos	74.003,14		

ANEXO V. CUENTAS ANUALES

BALANCE DE SITUACION. AÑO 3

ACTIVO		PASIVO
Gastos de constituci	Capital Social	
Licencia de apertura	48,00 Recursos propios	0,00
Gastos de establecimiento	Acreeedores a l.p.	
Reformas local	465,40 Préstamos banco	2.407,59
Alta Luz	23,17 Acreeedores a c.p.	
Publicidad de lanzamiento	500,00 Proveedores	0,00
Aire Acondicionado	309,29 Otros acreedores	0,00
Pintura Local y Rótulo	82,33 H.P. ACREEDOR POR IVA	0,00
Inmovilizado material	H.P. RETENCION I.R.P.F.	108,00
Sistema de seguridad+ext	157,69 H.P. RETENC ALQUILER	141,00
Congelador y nevera	1.451,16 H.P. ACREEDOR IRPF prof	0,00
Mobiliario	595,32 H.P. PAGO A CTA I.R.P.F	144,85
Etiquetadora	63,50 RESULTADO ANTERIOR	5.883,31
Amortiz. Acumulada mater	-922,83 Rdo ejercicio	4.379,11
Fianzas	300,00	TOTAL 13.063,86
Circulante		
Existencias	3.000,00	
Disponible		
Bancos	6.851,01	
Caja	139,82	
TOTAL	13.063,86	

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS. AÑO 3

DEBE		HABER
GASTOS	INGRESOS	
Compras	53.415,29 Ventas	76.937,80
Variación de existencias	3.000,00 Variación de existencias	3.000,00
Personal	Subvenciones	0,00
Sueldos	7.200,00 Intereses	
S.S.	0,00 TOTAL	79.937,80
Autónomos	2.257,20 Rdo ejercicio	beneficio 4.379,11
Suministros	TOTAL	75.558,70
Teléfono	451,21	
Electricidad	2.256,03	
Agua	125,34	
Mat. De limpieza	194,81	
Alarma	270,12	
Mat. Oficina	31,33	
Seguro	365,56	
Otros gastos	407,29	
Alquiler	4.361,66	
Impuestos	579,40	
Intereses	224,92	
Amortz Iluminación	80,24	
Amortz Gastos	110,93	
Amortz Mobiliario	64,15	
Amortz Congelador y nevera	156,38	
Amortz Etiquetadora	6,84	
Total Gastos	75.558,70	

VI RATIOS DE ACTIVIDAD

RATIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
<i>Rent Economica</i>	1,00	1,00	0,89	
<i>Margen ganancia bruto</i>	0,42	0,44	0,44	
<i>Punto muerto</i>	45.618,02			
<i>Rentabilidad de las ventas</i>	0,03	0,05	0,06	
<i>Tesorería</i>	6,36	11,38	17,75	
<i>Test acido</i>	14,10	19,04	25,37	LIQUIDEZ
<i>Solvencia</i>				
<i>Garantía</i>	1,30	2,16	4,66	SOLVENCIA
<i>Financiación A. Fijo</i>	1,88	1,46	0,87	
<i>Autonomia Financiera</i>	0,30	1,16	3,66	
<i>Coeficiente de endeudamiento</i>	0,77	0,46	0,21	ENDEUDAMIENTO
<i>Cobertura de intereses</i>	4,50	10,26	19,47	
<i>Fondo de Maniobra</i>	5.079,69	7.063,22	9.596,97	