

# ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b> .....	<b>1</b>
<b>1. PRESENTACIÓN PROYECTO EMPRESARIAL</b> .....	<b>4</b>
1.1 PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES .....	4
1.2 IDEAS: .....	6
1.3 PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO .....	7
1.4 NUESTRAS VENTAJAS E INCONVENIENTES .....	7
1.5 INVERSIÓN.....	8
<b>2. FACTORES POLITICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES</b> .....	<b>9</b>
<b>3. EL CAFÉ</b> .....	<b>10</b>
3.1 PROCEDENCIA DEL CAFÉ .....	10
3.2 ORIGEN DEL CAFÉ .....	10
3.3 DISPERSIÓN DEL CONSUMO Y EL CULTIVO .....	11
3.4 EL COLONIALISMO.....	11
3.5 DESCOLONIZACIÓN .....	11
3.6 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CAFÉ EN ESPAÑA.....	12
3.7 EN LA ACTUALIDAD .....	13
<b>4. EL TÉ</b> .....	<b>14</b>
<b>5. EL CHOCOLATE</b> .....	<b>16</b>
<b>6. EL SECTOR</b> .....	<b>17</b>
6.1 HOSTELERÍA Y COMERCIO .....	17
6.2 UN MERCADO MUY CONCENTRADO.....	18
6.3 LA HOSTELERÍA DINAMIZA EL SECTOR.....	18
6.4 CONSUMO .....	18
6.5 PERFIL DE LA DEMANDA.....	19
6.6 GRAN CRECIMIENTO DE LOSESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS .....	19
<b>7. CADENA DE PRODUCCIÓN DEL SECTOR DEL CAFÉ</b> .....	<b>20</b>
<b>8. COMPETENCIA</b> .....	<b>22</b>
8.1 COMPETENCIA INDIRECTA .....	22
8.2 COMPETENCIA DIRECTA .....	23
<b>9. ANÁLISIS PORTER</b> .....	<b>24</b>
9.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores:.....	24
9.2 Rivalidad entre las empresas existentes: .....	25
9.3 Productos sustitutivos:.....	25
9.4 Poder negociador de los clientes/compradores:.....	26
9.5 Poder negociador de los proveedores: .....	26
<b>10. MATRIZ DAFO</b> .....	<b>27</b>
<b>11. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA</b> .....	<b>28</b>
11.1 DIFERENCIACIÓN: .....	28
11.2 CLIENTES .....	28
<b>12. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>30</b>
12.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	31
12.2 ENCUESTA .....	31
12.3 ENTREVISTA .....	31
12.4 CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA Y ENCUESTA.....	34
12.4.1 Entrevista.....	34
12.4.2 Encuesta.....	34

12.4.3	Nuestros OBJETIVOS marcados .....	35
12.4.4	PLAN DE MARKETING.....	36
<b>13.</b>	<b>LOCALIZACIÓN .....</b>	<b>42</b>
13.1	INSTALACIÓN DEL LOCAL: .....	42
13.2	SUMINISTROS .....	43
13.3	PRECIOS DE LA MAQUINARIA.....	43
13.4	PROVEEDORES DE LA MAQUINARIA.....	46
13.5	PROVEEDORES DEL MOBILIARIO.....	48
13.6	OTROS APROVISIONAMIENTOS .....	50
<b>13.</b>	<b>PROCESO PRODUCTIVO Y PRESENTACIÓN DE NUESTRO SERVICIO</b>	<b>51</b>
14.1	TÉCNICAS PRODUCTIVAS.....	51
14.2	PROCESO DE ELABORACIÓN .....	53
<b>14.</b>	<b>VARIEDADES DE NUESTROS PRODUCTOS .....</b>	<b>54</b>
15.1	PARA EL CAFÉ: .....	54
15.2	VARIEDADES DE CAFÉS:.....	54
15.3	VARIEDADES DE TÉS: .....	55
15.4	LAS VARIEDADES DE CHOCOLATE: .....	56
<b>15.</b>	<b>PROVEEDORES .....</b>	<b>58</b>
16.1	PROVEEDOR DE CAFÉ.....	58
16.2	PROVEEDOR DE TÉ.....	58
16.3	PROVEEDOR DE CHOCOLATE.....	58
<b>16.</b>	<b>PRECIOS .....</b>	<b>59</b>
17.1	PRECIOS DE LAS VARIEDADES DE CAFÉ.....	59
17.2	PRECIOS DE LOS TES.....	60
17.3	PRECIOS DE LOS CHOCOLATES .....	60
17.4	PRECIOS DE LOS ENVASES.....	63
<b>17.</b>	<b>ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....</b>	<b>64</b>
18.1	PROFESIOGRAMA DEL PUESTO DE TRABAJO “CAMERERO” .....	66
18.2	PERFIL PROFESIOGRAFICO DEL PUESTO DE TRABAJO “CAMARERO” .....	67
18.3	SELECCIÓN Y FORMA DE SELECCIÓN DEL EMPLEADO .....	68
18.4	FORMA DE CONTRATACIÓN .....	69
18.5	MODALIDAD DE CONTRATO: CONTRATO DE OBRA O SERVICIO. 70	
18.6	COSTES SOCIALES DE LA EMPRESA: .....	85
<b>18.</b>	<b>ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA .....</b>	<b>87</b>
<b>19.</b>	<b>PRESUPUESTO Y ESTUDIO DE COSTES .....</b>	<b>91</b>
<b>20.</b>	<b>PREVISIÓN DE VENTAS. ....</b>	<b>98</b>
21.1	VARIEDADES DE CAFÉ .....	98
21.2	VARIEDADES DE CHOCOLATES .....	99
21.3	VARIEDADES DE TÉS. ....	100
21.4	CAFETERÍA. ....	101
<b>21.</b>	<b>MARGEN BRUTO. ....</b>	<b>102</b>
<b>22.</b>	<b>PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN. ....</b>	<b>103</b>
<b>23.</b>	<b>INFORME DEL PLAN DE FINANCIACIÓN.....</b>	<b>105</b>
24.1	Financiación propia: .....	105
24.2	Financiación ajena: .....	105
24.3	Subvenciones y Ayudas.....	106
24.4	PRÉSTAMOS.....	106
24.5	CUADRO DE AMORTIZACIÓN .....	107
24.6	BALANCE DE SITUACIÓN .....	108

24.7	<b>PRESUPUESTO DE TESORERÍA</b> .....	109
24.8	<b>CUENTA DE RESULTADOS</b> .....	111
<b>24.</b>	<b>ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO</b> .....	<b>112</b>
25.1	ANÁLISIS .....	112
25.2	PUNTO MUERTO .....	113
25.3	TABLA DE DATOS .....	113
<b>25.</b>	<b>SEGURO</b> .....	<b>114</b>
26.1	Daños Materiales: .....	114
26.2	Robo: .....	114
26.3	Prestaciones especiales:.....	115
26.4	Usuarios de locales en régimen de alquiler: .....	115
26.5	Responsabilidad Civil:.....	115
26.6	Asistencia al comercio:.....	115
26.7	Defensa Jurídica: .....	115
<b>26.</b>	<b>TRÁMITES LEGALES</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA:</b> .....	<b>116</b>

## 1. PRESENTACIÓN PROYECTO EMPRESARIAL

Somos un grupo de jóvenes emprendedoras que vamos a realizar un proyecto empresarial destinado al mundo del café. Nuestro objetivo es sacar adelante un pequeño pero gran negocio según nuestras expectativas innovadoras y diferentes. Nuestro interés está basado en sacar adelante un negocio propio que nos de nuestros propios beneficios para poder dejar de trabajar para otros empresarios. A continuación realizamos una pequeña presentación de las personas que formamos el proyecto empresarial.

### 1.1 PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES

**Nombre:** Verónica Sánchez Peralta

**Dirección:** Gascón Marín nº 3

**Edad:** 28 años

**Localidad:** Zaragoza

**Ocupación:** Dedicada en la actualidad al estudio del modulo superior de Administración y Finanzas en el Instituto Pablo Serrano (Zaragoza).

**Experiencia Laboral:** Auditoria Interna.

**Nombre:** Raquel García Albajez

**Dirección:** C/ Luís del Valle nº 9

**Edad:** 20 años

**Localidad:** Zaragoza

**Ocupación:** Dedicada en la actualidad al estudio del módulo superior de Administración y Finanzas en el Instituto Pablo Serrano (Zaragoza).

**Experiencia Laboral:** Realizados los estudios pertinentes de Bachillerato y E.S.O. Dedicada anteriormente a realizara trabajos esporádicos, durante periodos de tiempo cortos; como de cajera, promotora de publicidad...

**Nombre:** Ainoa Gutiérrez Comín

**Dirección:** C/ Capricornio nº5

**Edad:** 19 años

**Localidad:** Zaragoza

**Ocupación:** Dedicada en la actualidad al estudio del módulo superior de Administración y Finanzas en el Instituto Pablo Serrano (Zaragoza).

**Experiencia:** Cursados los estudios correspondientes de Bachillerato, y E:S:O.

## 1.2 IDEAS:

A continuación hacemos una pequeña presentación de las ideas surgidas cuando se nos presentó la oportunidad de realizar un proyecto empresarial y desarrollarlo según nuestro criterio.

### 1ª Idea: “Tienda especializada en productos y artículos para obesos”

Esta idea surgió por la gran necesidad que existe en el mercado de productos y artículos comunes para la vida cotidiana de las personas obesas. Más de la mitad de los españoles sufren problemas de obesidad, y no tienen al alcance artículos apropiados para una vida confortable tal como un sofá de grandes dimensiones, una cama amplia, juegos de sillas y mesas, sillones...Esta demanda de artículos, nos condujo a la idea de abrir un negocio que ofreciera estos productos que tras una investigación realizada en información procedente de otros países como EE.UU, ya que en España no hay ningún establecimiento con éstas características. En principio la idea fue excelente, pero después de analizar la información, nos resultó muy complicado llevarlo a cabo de la manera que nosotros pensamos. Los inconvenientes principales fueron que si en Zaragoza iba a ver la suficiente demanda de estos artículos, después de realizar una gran inversión; ya que estos productos los teníamos que importarlos desde fuera de Europa, y esto suponía una gran inversión monetaria, también fue complicada la investigación por el idioma inglés. Por esta serie de motivos llegamos a la conclusión que era un proyecto demasiado complicado para nosotras, pequeñas empresarias que comienzan.

### 2º Idea: “Restaurante dietético y vegetariano”

A raíz de la idea anterior, a una de las componentes del grupo, se le ocurrió la idea de sacar adelante un restaurante destinado a personas que desean mantener su línea a través de productos sanos, sin grasas saturadas, dietéticos, postres light, vegetarianos, en definitiva, naturales. Este negocio presentaba algunos aspectos diferentes e innovadores, que todavía no están muy extendidos en la competencia. Como por ejemplo, el “Seb Service”, que consistía en un tipo buffet pero con la diferencia que sirve los platos una persona en concreto no los clientes por ellos mismos. A parte nuestro negocio iba a tener una sala para comer de menú, pero con el mismo tipo de productos. En principio, los inconvenientes que encontramos fue que en Zaragoza, ya existen restaurantes de este tipo, y por tanto tendríamos una competencia a tener en cuenta; y en nuestra opinión, al fin y al cabo es un restaurante mas.

### 3ª Idea : “Tienda especializada en café y té.”

Hemos tomado la decisión de realizar un negocio especializado en el mundo del café, además de ofertar otro tipo de productos como muchas variedades de chocolate en taza y té. Nuestro proyecto consiste en abrir un negocio con ideas innovadoras sobre el café y derivados. Nuestros servicios van a consistir en la venta, degustación y elaboración e incluso creación de nuestra propia línea de café.

Respecto a la venta del café, tendremos variedades de los mejores exportadores del mundo, especializados en café. Además de la creación y venta de nuestra propia línea de café, que estará basado en la combinación de productos exóticos y aromáticos.

La degustación será al gusto del cliente. Entre las variedades de café que tengamos disponibles, podrán probar el deseado sin ningún compromiso.

En cuanto a la elaboración, prepararemos de manera directa los diferentes tipos de cafés que ofrecemos, de manera que el cliente esté presente en la forma de elaboración. De esta forma el cliente recibirá recién hecho su café.

Nuestro objetivo es llegar al mayor número de clientes no sólo con el café sino también dispondremos de diferentes tipos de chocolates y té.

En nuestro negocio dispondremos de una sala cafetería, donde los clientes podrán disfrutar tomando nuestros productos en un ambiente agradable y confortable. Para los que no dispongan de mucho tiempo, como trabajadores de empresas cercanas, pero quieran disfrutar con nuestros cafés, dispondremos de un servicio para llevar con envases especiales que mantendrán la bebida en perfecto estado sin perder su sabor natural.

### **1.3 PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO**

En nuestro negocio se van a realizar las siguientes actividades: primeramente nos dedicaremos a vender el café, y los productos que ofrecemos, con lo cual necesitaremos a una persona dedicada a la venta y al cobro del mismo, también tendremos la tarea de elaborar los diferentes cafés disponibles junto con el envasado de estos, y aparte desarrollaremos la producción de nuestra propia línea de cafés, con lo cual esto necesitara la dedicación de otra persona, y por último tendremos el servicio cafetería y degustación de lo cual estará encargada otra persona. El reparto de las actividades no está destinado a una persona en concreto; sino que las tres propietarias realizaremos las tres labores.

### **1.4 NUESTRAS VENTAJAS E INCONVENIENTES**

En Zaragoza no existen muchos negocios dedicados a esta especialidad. En concreto, los negocios existentes en el momento, sólo se dedican a la venta y elaboración de sus cafés. Nuestro proyecto se diferenciará en muchos aspectos innovadores para el mayor disfrute de nuestros productos, aparte de ofrecer el servicio de cafetería y degustación. Por lo que llegamos a la conclusión que la competencia existente no es muy elevada para nosotras.

Tenemos la ventaja de que nuestros productos a vender son conocidos en el mundo entero, con lo cual por curiosidad de conocer la innovación que ofrecemos el negocio se convierte en llamativo para un gran sector consumidor, que hará que nuestra demanda crezca

El coste de la obtención de la materia prima no será muy elevado ya que hemos investigado la existencia de almaceneras de café de diferentes países en España. De esta manera nos beneficia, ya que los portes serán mas económicos.

Un inconveniente sería como atraer la atención de aquellas personas tradicionalistas. Sería interesante cambiar la idea cotidiana de su bebida de siempre, con un sabor especial, acercándoles a nuestras ideas innovadoras del café.

Otra dificultad de índole internacional, serían los posibles problemas políticos que podrían surgir en los diferentes países exportadores de nuestro café, con el inconveniente de la entrada y salida de éste; ya que las materias primas no llegarían a nuestras ciudades proveedoras, y por lo tanto a nuestro negocio en particular.

Tendremos que tener en cuenta, la cantidad de materias primas exportadas de las ciudades, para no acumular grandes cantidades, con el fin, de tener nuestro producto en perfecto estado, natural, fresco...ya que una acumulación innecesaria haría perder beneficios, un coste más elevado y un servicio inadecuado para el cliente.

Nuestro negocio, no requiere grandes cantidades de materia prima por la conservación del producto. Además no sabemos la demanda resultante que tendrá el proyecto en un principio y por tanto la cantidad será mínima. En consecuencia, no va a ser fácil pedir a cualquier proveedor pequeñas cantidades ya que a ellos mismos no les resulta beneficioso.

### **1.5 INVERSIÓN**

Nuestra inversión estará basada en el la obtención de la materia prima (café) y productos terminados, (chocolate, te), en la inversión del local, en las máquinas, en la decoración, mobiliario, necesitaremos un proveedor que nos suministre los envases, además realizaremos viajes a diferentes lugares para saber un poco más sobre la cultura del café, el trabajo de los empleados lo haremos nosotras mismas con lo cual nosotras seremos las propietarias y trabajadoras del negocio, por tanto no tendremos ese gasto, sino que la misma producción será nuestro beneficio.



## 2. FACTORES POLITICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES.

La economía española, la quinta de la Unión Europea, se encuentra en su ciclo más largo de expansión. Son diez años seguidos de crecimiento sostenido a una media superior del 3%, situación que se da por primera vez en la democracia

Después de tres trimestres en los que la economía española había mantenido estable su tasa de crecimiento, el PIB muestra una evolución suavemente acelerada este trimestre, producto, fundamentalmente, de una aportación menos negativa del sector exterior parcialmente compensada por una demanda nacional menos dinámica.

Por su parte, la variación ínter trimestral del PIB se sitúa en el 0,9%, una décima superior a la del trimestre precedente.

España contó con un Producto Interior Bruto de 838.672 millones de € (2005) y una renta per cápita de 27.542 dólares (2006), España es una de las grandes economías europeas. De acuerdo con la clasificación establecida por el Banco Mundial para 2004, España es la octava economía del mundo.

La economía española ha registrado un crecimiento real del 3,6% en el segundo trimestre de 2006 respecto al mismo periodo del año anterior, según la estimación avance del PIB trimestral.

La esperanza de vida de su población está entre las 3 más elevadas del mundo y la mortalidad infantil entre las más bajas.

La calidad de vida está entre las más altas del mundo, en décimo lugar, por delante de países como Francia, Reino Unido, Estados Unidos o Canadá.

España está bien equipada en términos de infraestructura tecnológica e industrial, habiendo proliferado en los últimos años los parques tecnológicos en las principales áreas industriales, así como en torno a las Universidades y Centros de Investigación y Desarrollo.

El desempleo de España en 2005 fue del 9,21% en edad laboral (16-64) y la gente activa, el 91,79% (20 885 875), el desempleo en España es superior que el de la mayoría de países de la Unión Europea.

Considerando que en España se mantiene una estabilidad económica, política y la esperanza de vida esta entre las más alta del mundo, consideramos que la creación de nuestra empresa puede ser viable.

## **3. EL CAFÉ**

### **3.1 PROCEDENCIA DEL CAFÉ**

El origen del café no ha sido una excepción. Una leyenda conocida por musulmanes y cristianos habla de que en una ocasión cuando el profeta estaba enfermo, el ángel Gabriel le devolvió la salud y la fuerza viril, ofreciéndole una bebida negra. Cómo esta leyenda corren otras muchas otras que subrayan la importancia que se le ha atribuido al café a lo largo de la historia humana. Lo que parece ser cierto es que el café se comenzó a consumir en las altiplanicies de Abisinia, donde crecía de forma silvestre.

De Etiopía paso a Arabia y a la India, probablemente a través de peregrinos musulmanes que viajaban a la Meca, ya que las rutas de peregrinación fueron al mismo tiempo durante siglos.

Pero los grandes propagadores del café fueron los holandeses, que explotaron grandes plantaciones del mismo en sus colonias de Ceilán e Indonesia. Ellos fueron los importadores del cafeto y quines lo aclimataron en los jardines botánicos de Ámsterdam, Paris y Londres, desde donde paso a la Guayana holandesa, la Brasil, a Centroamérica y otros muchos países.

Gracias a lo cual, paso en tres siglos de ser una infusión casi desconocida a convertirse en una bebida universal que Bach, Balzac, Beethoven, Goldoni, Napoleón, Rossini han consumido en grandes cantidades y elogiado desmesuradamente.

### **3.2 ORIGEN DEL CAFÉ**

Las plantas de café son originarias de la antigua Etiopía. Es fácil confundirse con el origen verdadero del café, ya que antiguas leyendas sobre el cultivo y la costumbre del tomar café provienen de Arabia. La mas fuerte de las leyendas acerca del descubrimiento sobre la bebida del café es la que hace referencia a una pastor llamado Kaldi. La leyenda cuenta que el Pastor se dio cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que Kaldi pensó que sus cabras habían comido frutas tenía como frutas parecidas eran las cerezas. Entonces Kaédi decidió probar las hojas del arbusto y posteriormente se sintió lleno de energía. Kaédi decidió llevar algunos de esos frutos al monasterio. Allí le contó al Abad la historia de sus cabras. Este decidió cocinar las ramas y las cerezas; el resultado fue una bebida amarga que él tiro de inmediato al fuego. Cuando las cerezas cayeron a las brasas empezaron al hervir, las arvejas verdes que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hizo que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado, y es así como la bebida del café nace.

### **3.3 DISPERSIÓN DEL CONSUMO Y EL CULTIVO**

Los Árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y las posibilidades económicas del café. Esto fue porque desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café y lo guardaron como un secreto. Los Arabes también trataron de evitar la extradición de cualquier semilla de café.

El Café comenzó a conquistar territorio en el mundo de la bebida favorita en Europa, y llegó a Italia en 1645 cortesía de un comerciante veneciano Pietro Della Valle. Inglaterra comenzó a tomar café en 1650 gracias al comerciante Daniel Edwards, quien fue el primero que abrió un establecimiento de venta de café en Inglaterra y en Europa.

El café llegó a Francia a través del el Puerto de Marsella. En 1660 algunos comerciantes de ese puerto quienes sabían del café, sus atributos y efectos por sus viajes alrededor del mundo, decidieron llevar unos cuantos sacos desde Egipto y por 1661 la primera tienda de café fue abierta en Marsella. La primera tienda de café abierta en Paris al público fue en 1672 por Pascal Armeniano y a raíz de estas comenzaron muchas otras que se hicieron famosas por todo Paris ofreciendo un exquisito sabor del café.

El primer café español abrió en el año 1764 fue de mano de las comerciantes italianos Hermanos Gippini quienes fundaron la Fonda de San Sebastián en la madrileña calle de Atocha, donde alrededor de las tazas de café y de Nicolás Fernández de Moratín se celebraba la tertulia literaria mas importante de aquel entonces.

### **3.4 EL COLONIALISMO**

Durante la colonización, los europeos robaron a los pueblos autóctonos sus mejores tierras quedándose con los recursos naturales que les interesaban. La población autóctona, para poder sobrevivir, tuvo que trabajar en condiciones de esclavismo en las tierras que habían sido suyas. Al mismo tiempo de impuso la cultura europea y la diversidad y la riqueza cultural de estos pueblos quedó apagada. Los europeos introdujeron el cultivo del café en sus colonias americanas sobre el siglo XVIII mediante grandes plantaciones controladas por terratenientes. A finales del s.XIX estas grandes plantaciones se extendieron por África y Asia.

### **3.5 DESCOLONIZACIÓN**

Con la descolonización quedan más manifiestas las fuertes dependencias económicas y comerciales del Sur empobrecido hacia el Norte rico. Respecto al poder político, este sigue estando en manos de un grupo de personas vinculadas a las ex colonias interesadas de manera especial en velar por sus propios intereses. En los años ochenta aparece la problemática de la deuda externa; los países del sur no tienen dinero para pagar los créditos que han solicitado. Los Bancos interpusieron la aplicación de planes de ajuste

económico. Una de las propuestas de estos planes fue la dedicación de las tierras fértiles al cultivo de productos para la exportación, como el caso del café y su venta en los mercados mundiales.

Hacia el siglo XV comenzó el cultivo de café y durante muchos siglos posteriores la provincia de Yemen en Arabia fue la principal proveedora de café del mundo.

La demanda de café era muy alta, y los granos que salían del Puerto de Mocha en Yemen venían controlados. Ninguna planta fértil podía ser exportada. A pesar de las restricciones, los peregrinos de la Meca llevaban a su país de contrabando las plantas de café, y pronto las cosechas del café se implantaron en India.

El café llegó a Europa a través de Venecia, donde se comerciaban perfumes, tés, tintes y tejidos con los mercantes de la Ruta de las Especias. Muchos mercantes europeos se acostumbraron a tomar café en el extranjero y lo llevaban de vuelta a Venecia. La bebida ganó en popularidad cuando se empezó a vender en los mercados callejeros.

La demanda de café hizo florecer su producción también fuera de su zona de origen. En el siglo XVII, los holandeses introdujeron el cultivo de café en sus colonias en Indonesia, y los franceses fueron los primeros en crear plantaciones en Latinoamérica. Hoy en día, el café es el segundo producto de consumo más comercializado en el planeta; ¡lo supera sólo el petróleo!

### **3.6 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CAFÉ EN ESPAÑA**

El año 1980 marca un antes y un después en la comercialización de café en España.

Hasta 1980 el comercio del café estaba intervenido por la CAT ( Comisaría de Abastecimientos y Transportes). Este organismo fijaba los cupos de café a cada tostador, así como las calidades, los precios de compra y los precios de venta. Estaba prohibida la venta de café molido envasado y las mezclas de natural con torrefacto.

La comercialización se distribuía por zonas geográficas, abastecidas por tostaderos locales. Los envases aún no reunían las cualidades actuales y no protegían los factores del café, tales como la humedad, el aire o la luz, lo que impedía una buena y larga distribución sin que la cantidad de café se viera deteriorada.

Todo esto hacía que el mercado del café estuviese muy segmentado y que los tostadores tuvieran poca capacidad de crecimiento. Fue a partir de 1980 cuando empieza la comercialización del café. Se autoriza la venta del café molido envasado y se desarrollan las nuevas tecnologías que permiten el envasado al vacío, con la posibilidad de distribución a nivel nacional.

### **3.7 EN LA ACTUALIDAD**

Actualmente el consumo per-cápita de café en España alcanza los 3.9 Kg año (términos de café verde), en comparación a Japón por ejemplo que alcanza los 2.5 Kg, este consumo español equivale a 24.140 millones de tazas al año o lo que es lo mismo, 599 tazas por habitante al año.

De las 170.000 toneladas de café verde consumidas en España, el 58% corresponde a hogar mientras que el 42% a hostelería, es decir, aproximadamente 300.000 establecimientos hosteleros que sirven café. Dentro del ámbito del hogar la mayor parte de los consumidores optan por el café molido y café soluble, mientras que en hostelería predomina el consumo de café en grano.

En el hogar destaca con un 45% el café de mezcla (natural más torrefacto), seguido del natural con un 32%. En cuanto al torrefacto se trata de un café de larga tradición tanto en España como en Portugal, sin embargo el volumen de ventas no resulta demasiado representativo. Por el contrario el café descafeinado incrementa día a día su demanda (15%).

La forma de consumo preferida sin duda es con leche por un 56% de la población, especialmente cuando se toma en el hogar. En hostelería, el 75% de los consumidores se decanta por el café expres. Englobado dentro de la hostelería, debe recibir especial mención el Vending. Un sistema de distribución automática de café, generalmente utilizado en empresas, organismos oficiales, centros de enseñanza y centros sanitarios. Actualmente se encuentran operativas unas 80.000 máquinas automáticas a través de las cuales se sirven 7.000 toneladas de café, lo cual representa el 12% de la hostelería.

La importancia del mercado de materias primas tal como el café, radica en su gran volumen de negocio (el más alto después del petróleo), lo que genera un continuo movimiento de cotizaciones, en ocasiones muy brusco. Todo ello conlleva a que millones de agricultores se vean amenazados periódicamente ante la inestabilidad de los precios. La intrusión en este mercado de países como Vietnam, Indonesia, India...con una considerable oferta de café, ha propiciado una caída de precios en los últimos años. Cada uno de estos organismos han puesto en marcha diversos planes en acción con más o menos beneficios; Comercio Justo por parte de las ONG, aumento de la calidad por parte de ICO, productos alternativos, reducciones arancelarias, incrementos de consumos en países de origen. También las empresas importadoras y comercializadoras han llevado a cabo iniciativas importantes patrocinando numerosos programas sociales, así como de investigación y mejora del café.

La producción del café solo es sostenible si permite unas condiciones decentes de trabajo y vida a los agricultores y empleados, protege el ambiente, conservando los recursos naturales y la biodiversidad y finalmente es viable económicamente para la sostenibilidad social y ambiental.

## 4. EL TÉ

### ***HISTORIA Y ORIGEN DEL TE***

El té es la segunda bebida más popular del mundo. Sólo el agua tiene un mayor consumo mundial que el té. Es una bebida hecha de la hoja procesada de una planta cuyo nombre científico es [Camellia sinensis](#).

Ésta es una [planta](#) de hoja perenne que crece en forma de arbusto. Desde India y China pasó a Ceilán a mediados del siglo XIX. La mayor parte del té que se consume hoy día en el mundo viene de China, India, Indonesia, Sri Lanka (o Ceilán), y Japón.

Todos los té (verdes, negros y semi-negros u Oolong) vienen de la misma planta. La diferencia está en la forma en que se preparan las hojas recogidas. El té verde, a diferencia del negro y el Oolong, no está fermentado, por lo que los constituyentes activos permanecen inalterados en la hoja.

Los aromas adicionales se le añaden a las hojas ya procesadas (té aromatizado).

La calidad del té depende mucho de la manera que se haga la recolección y en China los té finos son recolectados con guantes para evitar que sus hojas se desmenucen.

En China se bebe té desde tiempos inmemoriales. Hay registros que datan del siglo X antes de Cristo, pero que mencionan que dieciocho siglos antes había chinos que vertían agua recién hervida sobre hojas secas de té y luego se la tomaban entre manifestaciones de gusto y de tibieza.

A principios del siglo IX se dice que pasa a Japón a través de los monjes Budistas, quienes lo utilizaban como estimulante para estar alertas en sus horas de meditación, ya que para ellos tomar el té era una ceremonia ligada al espíritu.

El té llegó a Europa mucho después a través de los holandeses y los portugueses en el siglo XVII. En la década de 1650, Inglaterra se convirtió en la mayor potencia europea del té, gracias en parte a su especial relación con sus colonias en la India. Hacia 1657, El comercio del té era estrictamente reglamentado por los chinos, muy conscientes de la riqueza que suponía para ellos en su comercio con Occidente.

El uso medicinal de las plantas se remonta a la prehistoria, ya que siempre se han empleado para curar enfermedades y aliviar dolores. A lo largo de la historia se han ido determinando nuevas aplicaciones beneficiosas para la salud, se han ido extendiendo por todo el mundo el cultivo de las plantas más

beneficiosas y también se han ido desterrando mitos equivocados sobre ciertas plantas que no tenían los poderes que se les atribuía. Las infusiones y tisanas se realizan con múltiples variedades de plantas, cada una de las cuales, tiene un proceso de obtención y de preparación diferente. La calidad y virtudes de la infusión o de la tisana están directamente relacionadas con estos procesos.

## 5. EL CHOCOLATE

### *HISTORIA Y ORÍGENES DEL CHOCOLATE.*

Hace tres mil años, los olmedas, una de las civilizaciones mesoamericanas más antiguas, ocupaba un área de selvas tropicales al sur de Veracruz, en el golfo de México. Los lingüistas modernos han reconstruido el antiguo vocabulario olmeda y han encontrado que comprende la voz "cacao". Dados los requerimientos de calor, humedad y sombra que tiene el árbol del cacao, condiciones que se dan donde vivían los olmedas, muchos historiadores están convencidos de que la primera civilización que cultivó este árbol fue la de los olmedas, y no la de los aztecas, como se creía comúnmente.

El chocolate se elabora a partir del fruto del árbol del cacao. Este árbol nace solamente 15 grados al sur y al norte del Ecuador, a lo largo de todo el planeta. Así, son productores Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela, Indonesia...

El árbol del cacao tiene un fruto o mazorca, de alrededor de 15 cm de largo, es de cáscara dura, oscura y rugosa. Estos frutos son cosechados, golpeados y abiertos, ya que en el interior, se encuentran las llamadas almendras o habas de cacao, que serán las que habrán de pasar de 3 a 8 días por los fermentadores, lugar donde se da el proceso de fermentación, que es donde adquiere las características de sabor de lo que conocemos como chocolate. Las almendras son esparcidas al sol y poco a poco van tomando el color oscuro que les caracteriza, a la vez que van perdiendo humedad que pudieran contener todavía. Paralelamente se las va seleccionando y luego de ser torradas, son llevadas al molino de piedra. De la primera prensada en el molino, se extrae la manteca de cacao y de la siguiente, se extrae la pasta o licor de cacao. Así obtenemos los dos principales componentes del chocolate. Por sí solos no hacen el chocolate, sino una bebida muy amarga, que era una delicia de los nativos centroamericanos, en la época de la llegada de los conquistadores españoles.

El chocolate, es de cocción europea, donde se le agregó azúcar, vainilla y luego también leche. Y hablando de la historia, los pueblos centroamericanos, utilizaban las almendras como moneda con la que comercializaban con otros pueblos.

En España no se sabe a ciencia cierta quién lo introdujo. Todo indica que fue Hernán Cortés quien presentó el cacao al rey Carlos V, pero una cosa es segura y es que para el siglo XVII el chocolate, (ya con azúcar y vainilla) era moda y adicción entre los españoles, lo que fue aprovechado por las autoridades de la Hacienda Pública, quienes establecieron una especie de Iva que, por supuesto, iba a las españolas arcas reales.



## 6. EL SECTOR

### 6.1 HOSTELERÍA Y COMERCIO

Según el INE el sector de la hostelería en España aporta el 7,7 % del PIB y genera el 12% del VAN del sector servicios.

Representa el 6,1% del empleo total y el 9,5 % del relativo al sector servicios.

Del total de facturación del sector, el 61,4 % corresponde a cafeterías y bares, un porcentaje muy superior a los servicios de catering, y al de alojamiento.

El total de bares y cafeterías en España es de mas de 25.000 que dan empleo a 41.5000 trabajadores casi 300.000 son asalariados y 115.000 no asalariados lo que origina una media de 6 trabajadores por establecimiento.

El sector cafetero español está mostrando signos de dinamismo después de varios años de clara tendencia a la estabilización.

Esta recuperación viene impulsada principalmente por un aumento del consumo de café en el canal de la hostelería.

A este panorama hay que añadir un cambio en las pautas de consumo, que se ha concretado en un descenso de la demanda de las variedades Robustas a favor de las Arábicas, de las que Brasil es el principal proveedor español.

La proliferación de cafeterías y tiendas especializadas viene a completar esta favorable situación.

Nos encontramos ante un mercado que se caracteriza por una **gran segmentación**.

En función de los datos ofrecidos por la consultora A. C. Nielsen, el café tostado acapara el 88% del mercado en volumen, mientras que el soluble sólo alcanza un 12%.

En valor, la cuota del café tostado desciende hasta el 64%, mientras que el soluble llega a alcanzar el 36% restante.

Entre los dos tipos de café tostado, el molido es el más demandado, con un porcentaje de mercado de este segmento del 91%, frente al tostado en grano, que sólo acapara el 9% restante.

Dentro de los molidos, la partida más importante es la del café mezcla (55,7%), seguido por el natural (32,6%), el descafeinado (10,7%), que muestra un comportamiento expansivo, y el torrefacto(1%).

Entre los cafés tostados en grano, destaca el natural (46,3%), seguido por el torrefacto (32,2% de este segmento), el mezcla (17,7%) y el descafeinado (3,8%).

Por lo que se refiere a los cafés solubles, el 56,5% está compuesto por el café soluble normal y el restante 43,5% corresponde al café instantáneo descafeinado.

## **6.2 UN MERCADO MUY CONCENTRADO**

A nivel empresarial, el sector español del café mantiene la tónica de los últimos años, el mercado está controlado por tres grandes empresas de capital multinacional, Nestle, Sara Lee Southern Europe S. A. y Kraft Jacobs Suchard Iberia S. A., que acaparan en torno a un 60% de las ventas del canal alimentación.

Las filiales españolas del Grupo Nestle, Nestle España S. A. y Productos del Café S. A., que operan con las marcas Nescafé, Bonka y La Estrella, entre otras, son líderes en producción, que llega a alcanzar las 26.000 toneladas anuales. Por debajo de este grupo, se sitúan las multinacionales Sara Lee Southern Europe S. A. Y Kraft Jacobs Suchard Iberia S. A., con una producción anual aproximada de 16.000 y 14.000 toneladas, respectivamente.

## **6.3 LA HOSTELERÍA DINAMIZA EL SECTOR**

Atendiendo a los datos proporcionados por la Asociación Española de Tostadores de Café, en 1999 se comercializaron a través del canal hostelería se consumieron 93.510 toneladas, un 10,1% más que en el ejercicio precedente.

Este aumento del consumo en el sector hostelería es lo que ha permitido que el mercado global del café ascendiese a 187.755 toneladas (equivalente café verde), un 4,4% más que años anteriores. Incremento al que está íntimamente ligado el cierto dinamismo que está experimentando, el sector, y que se debe al fuerte crecimiento que han sufrido el café tostado en el canal hostelería (un 11,5%).

## **6.4 CONSUMO**

Para los españoles, el café es una bebida habitual tomamos 690 tazas de café por persona y año un total de 185.000 toneladas de café verde (año 2005), lo que convierte en el noveno país en consumo de café per cápita del mundo.

El 88% de ese café lo tomamos tostado y solo el 12% soluble.

Los lugares donde habitualmente se consume es en los hogares un 51 % y en la hostelería el 49%.

El café consumido en el hogar se adquiere principalmente en supermercados, concretamente un 58%, seguido de los hipermercados (30%) y, muy de lejos, por las tiendas tradicionales, que sólo distribuyen un 7% del café de consumo doméstico.

En el caso de la hostelería, la manera de adquirir el café se realiza mediante otros procedimientos. Así, los distribuidores se erigen como la modalidad comercial más utilizada, pues representan el 75% en el ámbito de la hostelería y la restauración.

Esta afición que tenemos por el café convierte a España en uno de los principales países importadores del mundo, sólo por detrás de Estados Unidos, Alemania, Japón, Francia e Italia.

En el año 2000 las importaciones fueron de 3.819.986 sacos ( de 60 Kg. Cada uno ) frente a 1.573.908 sacos en 1981; un incremento del 142,7 % el mayor de todos los países consumidores, después de Portugal.

### **6.5 PERFIL DE LA DEMANDA**

Atendiendo a zonas geográficas, Canarias es la comunidad autónoma que más consumo de café registra, seguida por el noreste peninsular y las comunidades de la cornisa cantábrica y Galicia.

En el otro extremo se encuentran las regiones del Levante español y, sobre todo, Castilla y León, donde se registran las cifras más bajas de consumo de este tipo de producto.

En lo que se refiere a los núcleos de población, existe una correspondencia directa entre el tamaño del hábitat y el consumo de café. Así, el mayor nivel de consumo se da en las grandes ciudades, mientras que las áreas metropolitanas intermedias, que oscilan entre los 10.000 y 100.000 habitantes, y los pequeños municipios rurales son los lugares donde este producto tiene menos éxito.

Un dato curioso es “ *quién adquiere las cantidades más elevadas de café son las amas de casa que no trabajan fuera del hogar y las personas mayores de 65 años*”.

### **6.6 GRAN CRECIMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS**

Una de las tendencias más claras en el sector cafetero español es la proliferación de coffee shops y cafeterías franquiciadas vinculadas con tostadores y comerciales de café.

Estos establecimientos cuentan con una gran aceptación entre los consumidores debido a su doble formato, cafetería, donde se puede tomar una taza de café; y tienda, donde comprar cualquier variedad, tanto nacional como de importación.

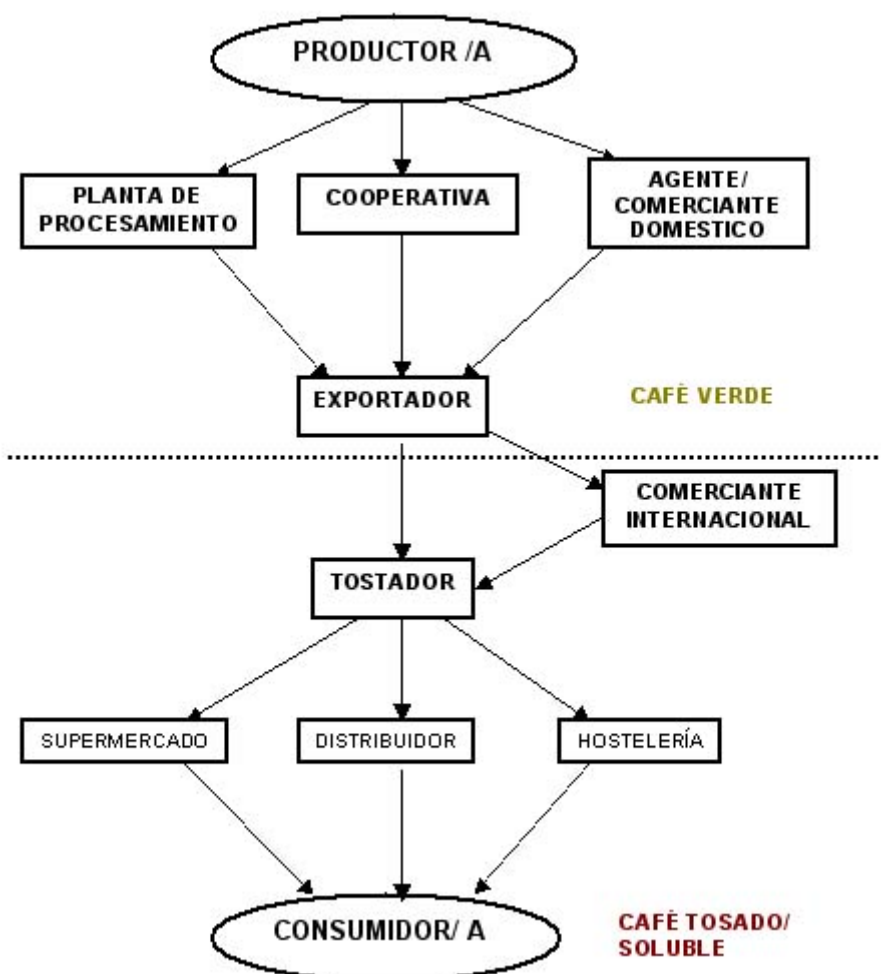
## 7. CADENA DE PRODUCCIÓN DEL SECTOR DEL CAFÉ

El café es el producto de un arbusto del que brotan unas cerezas con una semilla plana ( el grano de café). Crece en las zonas calurosas del planeta, y necesita abundante lluvia. Un árbol de café necesita 2 años hasta que da fruta por primera vez y es después de 4 o 5 años cuando ya se llega a las cosechas óptimas. Durante 20 años se puede producir café de alta calidad y después la calidad de las cosechas baja progresivamente.

Hay dos especies de café que se comercializa: el “Café Arabica” que es susceptible a plagas y enfermedades, sin embargo tiene un sabor suave y se considera de mayor calidad y también existe el “Café Robusta” que es más resistente pero más fuerte en el gusto.

Hasta hace poco, los grandes productores de café eran Colombia y Brasil. Pero en los últimos años, Brasil perdió gran parte de su cosecha a consecuencia de las continuas heladas. Esto permitió a Vietnam entrar con fuerza en el mercado del Café.

Las cadenas comerciales del café son distintas según el país, la empresa o la corporación que compra el café. Sin embargo un proceso simplificado sería:



El café es producido por pequeños productores aunque también en grandes plantaciones. La primera etapa de la transformación se hace en el país de origen, antes de ser exportado, donde se separa la piel de la pulpa de la fruta y se limpia y libera el grano de café. El café verde es como se denomina los granos de café una vez liberados de la pulpa, se puede comprar directamente del origen o bien a través de los mercados EE.UU. Alemania y Francia.

Una vez llegado al puerto de destino, al café se vuelve a limpiar de nuevo. El comerciante internacional vende el café directamente a una tostadora o a un broker (agente de bolsa). Los tostadores mezclan varios cafés (sino se vende como café de origen), lo tuestan y lo muelen. Los principales consumidores de café a nivel mundial son la UE y EE.UU.

El Sector del café está dominado por cuatro grandes multinacionales: Nestle, Procter&Gamble, Kraft/Philip Morris y Sara Lee. Controlan casi el 70% del mercado estatal para café tostado y molido para el consumo en el hogar.

## 8. COMPETENCIA

Nuestra competencia indirectamente es bastante elevada porque hoy en día se puede comprar nuestros productos en muchos establecimientos y tomarlo en muchos locales, pero la competencia directa exclusiva para nuestro negocio es reducida, ya que no hay tiendas especializadas en café, te y chocolates con el conjunto de servicios que nosotros prestamos.

### 8.1 COMPETENCIA INDIRECTA

Nos referimos a todos los establecimientos en los que se puede comprar los productos que ofrecemos, extendiéndonos a todos los supermercados de la ciudad desde las tiendas de barrio que puede haber en cualquier calle (*La Tienda Paquita*) hasta las grandes superficies como (*Mercadona ,Corte Inglés, Hipercor, Alcampo...*).

También a los establecimientos en los que se puede tomarlo y degustarlo, en especial todas las cafeterías que puede haber en una gran ciudad como es Zaragoza. Desde una cervecería, un bar de tapas, un restaurante, hasta una cafetería especializada en café en la que puedes tomar muchos tipos de café, chocolate y tes. Entre estas cafeterías destacaríamos la de *Café&Té*, la cual tiene 6 establecimientos extendidos por Zaragoza, genera el 8% de la facturación total de café y té, es decir, 1.9 millones de euros de un total de 24.1 millones correspondientes a los resultados de la compañía en 2003, con lo cual este establecimiento se convierte en un rival bastante competente para nosotros.

Logotipos:



-C/Independencia, nº 6  
50004, Telf: 976-21-32-33  
-Avd. Navarra, nº 180  
50011, Telf: 976-31-41-03  
-Poeta María Zambrano, nº35  
50015, Telf:976-52-68-25  
(Zaragoza)

## **8.2 COMPETENCIA DIRECTA**

Nos referimos a la competencia que nos afecta directamente a nosotros por ofrecer de manera parecida nuestros servicios. La competencia más directa que hemos encontrado sería una tienda especializada en la venta de diferentes cafés y tes aparte de ofrecer también otros productos relacionados. Este establecimiento tiene dos franquicias extendidas por Zaragoza. Se trata de una tienda que vende cafés y los prepara directamente, de manera artesanal, con máquinas que tiene expuestas en la propia tienda; desde que les llega el café verde hasta que sale el café para consumir, también preparan el café de manera artesanal. Sin embargo la tienda no tiene el servicio de degustación y de mini-cafetería para tomar cualquier variedad de café, te, o chocolate. Esta tienda se denomina La Botica del Café y consiste en una mini tienda, con muy pocas variedades de café, más de té, y una demanda no muy elevada según informaciones de la propietaria.

Logotipo:



-C/ Delicias, nº 81  
-Mercado Central, Puesto nº 136  
Telf: 976-531-608 Zaragoza

## 9. ANÁLISIS PORTER

### 9.1 *Amenaza de entrada de nuevos competidores:*

- Hay que atenerse a que nuevos competidores podrían plagiar nuestra idea ya que puede ser innovadora respecto a los servicios.
- Nuestra empresa ofrecerá servicios muy personalizados, que harán difícil el plagio de futuros competidores. Además ofrecerá una línea exclusiva y única de cafés, que hará imposible que otra empresa pueda copiarla; ya que será elaborada artesanalmente y particularmente con productos únicos.
- Por lo creemos que las barreras de entrada para este sector no serán muy fuertes.
- La creación de nuestra empresa no va a suponer una gran inversión, con lo cual eso supone que se puedan originar más competidores, más fácilmente.
- Por lo explicado anteriormente, ante la posible entrada de futuros competidores será necesaria la aportación de una gran campaña publicitaria y una gran diferenciación de los productos.
- El beneficio de que el lugar del negocio está cerca del consumidor, para que no tenga que recorrer grandes distancias para cubrir tres necesidades a la vez, en un mismo establecimiento.
- En referencia, como nuestro negocio presenta tres servicios, a la vez que satisfaces uno lo puedes complementar con otros. Por lo tanto, tienes la oportunidad de satisfacer tres necesidades simultáneamente.
- La incorporación de nuevas o diferentes tecnologías a nuestras máquinas hará que llame la atención y que atraiga a la clientela.



## **9.2 Rivalidad entre las empresas existentes:**

- En principio, las personas consumidoras de café, ya tienen una marca elegida y fiel, con lo que nos presenta alguna dificultad a la hora de que la gente se fidelice con nuestra propia línea de café. No obstante, nosotros ofrecemos la mejor calidad y variedad de todos los países exportadores de café.
- En este tipo de comercio especializado en cafés solo hay una tienda que nos compete directamente. Este comercio se denomina *La Botica del café*. Esta realiza el servicio de venta de diferentes cafés y tes, sin embargo no presenta servicios de degustación y servicio cafetería por lo tanto existe una clara diferenciación.
- Existen 2 franquicias en todo Zaragoza, por lo que la competencia no es excesivamente extensa. También existen otras empresas dedicadas al café y a los productos sustitutos ofrecidos como te y chocolate, pero en el sector de la hostelería (cafeterías), especializadas en muchos tipos de cafés que indirectamente nos afecta, aunque no ofrezcan la línea de servicios que nosotros ofrecemos.
- El café no es un producto muy estacional, no obstante en la época de año donde más demanda tiene y más consumido es en invierno.
- Otra cuestión a destacar es la de la invasión de plagas o bacterias en las grandes plantaciones de café en los países exportadores de café; esto puede provocar una gran inestabilidad en los precios y una pérdida millonaria en estos países.
- En consecuencia, esta situación nos repercute indirectamente a nosotros en caso de que ocurriera. Hay que tener en cuenta también que la venta de café envasado en los supermercados puede repercutir directamente en nuestras ventas.

## **9.3 Productos sustitutos:**

- En el Mercado, existen muchas cafeterías que puedan ofrecer un servicio similar al nuestro, sin embargo, nuestro comercio no es una cafetería simplemente.
- En principio, hay muchas variedades de café, te, y chocolate, de manera que sino consumes uno de los productos, puedes consumir otro. Aparte nuestro negocio estará ambientado especialmente con estilos exóticos y dispondrá de servicios únicos que no ofrezcan en otras cafeterías habituales de Zaragoza.
- Aunque el café también se vende en grandes superficies comerciales como *Mercadona, Carrefour, Día, Lydel, Corte Inglés, Eroski, Alcampo*

*etc...*es mucha la gente interesada en degustar, oler, saborear nuevos y diferentes cafés distintos a los envasados que tradicionalmente han vendido en supermercados.

#### **9.4 Poder negociador de los clientes/compradores:**

- Creemos que los posibles clientes que tenga nuestro negocio, no tendrán ningún poder negociador sobre nosotros, ni tampoco realizaran altos volúmenes de compras. En principio, no creemos que ningún comprador realice grandes inversiones para hacernos cambiar nuestras técnicas de precios ni de estrategias.
- Nuestro producto no son únicos en el Mercado, con lo cual los clientes no están limitados a comprar en nuestro negocio, nuestros productos.
- El producto ofrecido es altamente conocido, y está muy extendido, con lo cual, pensamos que no habrá ningún tipo de rechazo y una excelente aceptación.

#### **9.5 Poder negociador de los proveedores:**

- El número de proveedores en el sector del café que nos puedan suministrar materias primas son pocos. Ya que hay pocas almaceneras de café en España de este tipo de materias primas.
- Sin embargo, respecto a los proveedores de nuestros envases y embalajes, máquinas elaboradoras, y demás inmobiliario es más alta la variedad de proveedores que podemos elegir.
- Con los proveedores de nuestras materias primas a la venta y con los proveedores de nuestros envases tenemos una comunicación constante y reiterada mientras con el resto de proveedores que nos suministran tenemos una comunicación única.
- Nuestros volúmenes de compra a diferentes proveedores de materias primas y demás inmobiliario necesario para nuestra empresa, no son muy altos, ya que nuestro negocio es una pequeña o mediana empresa, y por lo tanto tenemos bajo poder de negociación con ellos.

## 10. MATRIZ DAFO

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<p><b><u>Oportunidades:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Actividad que esta muy integrada en la actividad social, ya que se ha convertido en un hábito de casi todas las personas.</li> <li>● Nuestro producto patrocinador es aceptado por todos las edades, exceptuando los niños. Desde adolescentes hasta ancianos.</li> <li>● Gusto por probar sabores y variedades nuevas y diferentes.</li> </ul>	<p><b><u>Amenazas:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● No hay muchas barreras de entrada para otros competidores en este sector que mejore el servicio.</li> <li>● Crecimiento lento del mercad.</li> <li>● Fidelidad del cliente a marcas ya conocidas.</li> <li>● Habito de comprar en otro tipo de establecimientos.( Supermercados).</li> </ul>
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<p><b><u>Fortalezas / Puntos Fuertes:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Maquinaria moderna para la innovación de nuestros productos ofrecidos.</li> <li>● Buena organización en el trabajo.</li> <li>● Excelente atención a los clientes.</li> <li>● Ampla campaña publicitaria.</li> <li>● Ampla y diversificada cartera de productos para satisfacer a los clientes.</li> <li>● Ofrecemos un servicio diferente que es lo que nos diferencia de la competencia.</li> </ul>	<p><b><u>Debilidades:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nosotros al ser un PYME, no tendremos muchos departamentos por que nos supone gastos por lo tanto la organización no será muy explícita.</li> <li>● No hay experiencia en el mercado.</li> <li>● Nuestro capital, no es excesivamente elevado con lo cual necesitaremos financiación ajena.</li> <li>● Tener una importación justa y necesaria para no perder beneficios ni calidad.</li> </ul>

## 11. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA

### 11.1 DIFERENCIACIÓN:

Nuestro negocio se diferenciara de la competencia que exista, en que ofrecemos tres servicios individuales, que consisten en la *preparación artesanal y personalizada, de forma directa, en la que el cliente podrá observar el proceso de elaboración, envasado etc., de la amplia gama de selectos cafés disponibles*, venta de los mismos, y *degustación* y servicio cafetería de las cafés tes, y chocolates.

Esto hará diferenciarnos de las otras tiendas especializadas en café ya que cada vez es más la gente que tiene la inquietud de degustar, oler, saborear nuevos y diferentes cafés, escapando de los cafés que tradicionalmente se vende en los supermercados.

Otra diferenciación respecto a otros negocios del exterior, estará en la *creación de nuestra propia línea de café*.

### 11.2 CLIENTES

Nuestra idea de negocio va dirigida a todo tipo de personas, exceptuando a los niños, es decir, *nuestros productos van dirigidos hacia un mercado no segmentado*.

Hay que tener en cuenta, que nuestro negocio ofrece *otros productos sustitutos como el té o el chocolate* que también irían dirigidos a un sector muy amplio de personas y a los niños que si podrían consumir chocolate en nuestro establecimiento; por tanto no estarán excluidos de ser demandantes de nuestro negocio.

*Nuestro negocio va dirigido a cubrir una necesidad de mercado*, teniendo en cuenta que el café, té y chocolate son productos consumibles desde hace tiempo.

Este proyecto no va dirigido a la gente tradicional, sino que va dirigido a gente que le gusta innovar, probar cosas nuevas.

Para los amantes del café, con capacidad de oler su aroma, degustar plenamente el sabor de diferentes cafés, té y chocolate...podrán probar todas las variedades de café que podamos ofertar.

*El perfil de nuestro consumidor está definido, ya que va dirigido hacia gente, amantes del café, que le gusta probar cafés nuevos, diferentes a los que pueden consumir, o demandar habitualmente. Por esto mismo, a las personas que les guste probar, innovar estarán más dispuestas en acudir a nuestro negocio para comprar su café...*

Nuestro negocio dispondrá del servicio de cafetería y degustación de cafés, con lo cual los demandantes no sólo acudirán a comprarlo sino también a degustar nuestras especialidades de café.

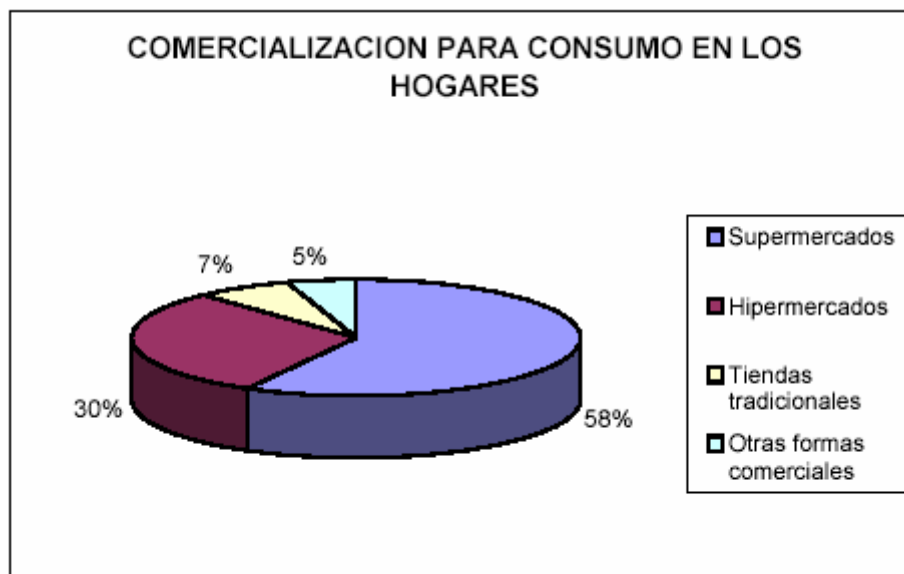
El negocio estará instalado en una avenida céntrica, donde concurre todo tipo de gente...

Los productos ofertados por nosotros se consumen durante todo el año, pero este tipo de bebidas son más apetecibles y más frecuentes en la temporada de otoño, invierno... es decir, cuando hace frío, ya que son bebidas que dan calor y calientan el cuerpo.

Son bebidas que muchas personas consumen en momentos concretos del día de una manera habitual, constituyendo una costumbre en su vida, como el café después de comer, o para el desayuno..

## 12. ESTUDIO DE MERCADO

El mercado del café Español se divide en dos grandes sectores: Alimentación (tiendas, supermercados, hipers...) y Hostelería (cafeterías, restaurantes, hoteles...). En el primer caso se calcula cerca de 50.000 establecimientos, y en el segundo en más de 100.000.



Fuente: elaboración propia a partir de datos del MAPA 1999

Las grandes superficies (supermercados, hipermercados) en general venden la mayor parte de las marcas reconocidas y tienen café bajo su marca (Marca blanca). Las presentaciones más habituales son paquetes de 250g "natural" o "mezcla", molido en grano, y los cafés solubles.

La marca blanca supone una gran parte de su volumen de ventas pero con grandes sacrificios en precio para el producto/tostador y condiciones de pago de 90 a 120 días.

De los estudios realizados en España se observa que los jóvenes manifiestan un moderado interés por el café, mientras que es mayor por los refrescos, colas etc...La publicidad de estos dos sectores es muy distinta. En Hostelería es baja, y se basa en prensa especializada o promociones directas al hostelero. En Alimentación, se trata de grandes compañías en TV y prensa dirigidas especialmente al ama de casa. El consumidor español está acostumbrado a unos hábitos en la forma de tomar y las características que más valora de este producto son tan diversas como que tenga aroma a buen café al tomarlo, que tenga sabor fuerte y agradable, que tenga crema el Express, que tenga color oscuro en la taza, que sea un poco amargo, que sea una buena selección de cafés verdes.

En cuanto a la forma de tomar el café, son diferentes según el momento del día y el lugar. Cerca del 60% toman café en el desayuno, y un 50% la toma en la sobremesa. Por otra parte alrededor del 50% toma habitualmente café con leche, y las personas que no toman café es por el sabor amargo, extraño, por motivos de salud...También es distinto el tipo de café que se suele tomar; el 60% es de tipo natural y un 40% es torrefacto. El café soluble está alrededor del 20% del total, y de este a su vez casi la mitad es descafeinado.

## **12.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

En cuanto a la investigación de mercados, la competencia que tendría este sector, y los posibles gustos de la gente acerca del café, te y chocolate...hemos realizado una encuesta significativa y una entrevista a un establecimiento importante de nuestra competencia...

## **12.2 ENCUESTA**

La encuesta fue realizada a 30 personas de las cuales 18 fueron hombres y 12 fueron mujeres, de todo tipo de edades comprendidas desde los 19 hasta los 45 en adelante.

En concreto la persona más mayor fue mujer de 61 años y el más joven fue hombre de 19 años.

En cuanto a la ocupación hay de todo tipo de profesiones desde estudiantes, jefes administrativos, contables, amas de casa, electricistas, hasta jubilados etc... es decir diferentes niveles de poder adquisitivo.

La encuesta se realizó en diferentes barrios y zonas de Zaragoza.

## **12.3 ENTREVISTA**

Nuestro equipo fue a visitar una tienda especializada en café llamada la "La Botica del Café" que es una de las pocas tiendas especializadas en café en Zaragoza, que está situada en Calle Delicias.

Pretendíamos informarnos sobre la demanda que tenía, los diferentes tipos de café que ofertaba, qué métodos de producción utilizaba, la conservación de sus productos, sus proveedores, los tipos de clientes que tenía...

La información obtenida por la dueña del establecimiento fue muy escasa; ya que sólo nos respondió sobre la demanda que tenía que según sus informaciones era reducida.

En referencia a las variedades de café que ofrecía disponía de Brasil, Colombia, Costa Rica, Kenia, Jamaica, también contaba con el propio café de la casa. Sin embargo, ofrecían muchas más variedades de te, además de chocolates artesanos de Benabarre...

<b>SEXO:</b>	<b>CODIGO POSTAL:</b>	<input type="text"/>
<b>MASCULINO</b>	<b>LOCALIDAD:</b>	<input type="text"/>
<b>FEMENINO</b>		
	<input type="text"/>	
<b>OCUPACIÓN:</b>	<input type="text"/>	
<b>EDAD:</b>	<input type="text"/>	

**1. ¿Con qué frecuencia tomas café?**

- No consume
- 4-5 veces al día
- 2-3 veces al día
- Menos de 1 al día

**2. ¿Tienes alguna preferencia especial?**

- Normal
- Bajo en Cafeína
- Descafeinado

**3. ¿Qué tipo de café prefieres?**

- Soluble
- Tostado y molido

**4. ¿Cómo te gusta el café?**

- Suave
- Medio
- Fuerte
- Muy fuerte

**5. ¿Qué tipo de cafetera utilizas?**

- Cafetera de Fuego
- Cafetera Filtro
- Cafetera Expreso
- Otra



**6. ¿Cuál es tu café favorito?**

- Solo
- Cortado
- Con Leche
- Capuchino
- Con licor.

**¿Estaría dispuesto a probar nuevas variedades de café?**

- SI
- NO

**7. ¿Lugar de preferencia de beber un café?**

- Casa
- Cafeterías
- Las dos

**8. El café que consumes en casa. ¿donde lo compras?**

- Supermercados
- Tiendas tradicionales de siempre.
- Establecimientos especializados en café.
- Otros

**9. ¿Estaría dispuesto a desplazarse para comprar y degustar mejores variedades de café?**

- SI
- NO

**11. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio adicional para comprar y degustar un buen café?**

- SI
- NO

**12 ¿le gustaría degustar el café antes de comprarlo?**

- SI
- NO

## 12.4 CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA Y ENCUESTA

### 12.4.1 Entrevista

El resultado de la entrevista fue pésimo, ya que la información que obtuvimos fue muy escasa. A la única conclusión a la que llegamos fue que la demanda era escasa, por la falta de clientela que tenía el establecimiento.

Desde nuestro punto de vista, la tienda era muy pequeña y pasaba un poco desapercibida, además la atención al cliente en nuestro caso fue negativa; pero la ambientación del local nos sirvió para orientar el ambiente de nuestro negocio.

### 12.4.2 Encuesta

En referencia a los resultados obtenidos por la encuesta obtenemos:

- Las mujeres, en todos los tramos de edad desde 18-30 a 45 en adelante consumen de igual manera café, por lo tanto lo compran.
- Hemos deducido que **las mujeres suelen comprar el café en supermercados** más que en tiendas especializadas.
- Están **fidelizadas con una determinada marca que encuentran en su mercado habitual**, porque tampoco prueban nuevas variedades.
- **Son pocas las mujeres que están dispuestas a desplazarse** para comprar café en un establecimiento especializado.
- Muchas de las mujeres consumidoras de café, lo toman fuera de sus casas, en cafeterías con amigas, pero también son muchas las que lo consumen en su domicilio.
- Los hombres, que más consumen café son los jóvenes de 18 a 30 años de edad, el tramo intermedio de 31 hasta 45 son los hombres que menos café consumen y el tramo a partir de los 45 en adelante beben bastante café pero no tanto como los jóvenes.
- **Los hombres suelen atender más a la fidelización del café**, si les gusta un determinado tipo de café no les importan pagar un precio más elevado para poder tomarlo
- Aunque creemos que **el hombre no se desplaza para conseguirlo**, sino que es la mujer quien lo consigue y lo compra como ya hemos indicado anteriormente.

## **OTRAS CONCLUSIONES**

En España del 100% de la población el 66% de la población consume café; y de ellos el 31% consumo como mínimo una taza al día y el porcentaje restante consume hasta el tres tazas de café al día.

### **12.4.3 Nuestros OBJETIVOS marcados**

Según los resultados obtenidos de toda la información recopilada, nuestros objetivos son:

- Obtener un gran número de clientes arañando la clientela de los supermercados.
- Un consumo más amplio de la gente en nuestra tienda especializada.
- Fidelización del futuro cliente con nuestros productos especializados.
- Conseguir que los clientes se desplacen para comprar su café único y personalizado.
- Promover nuestros cafés personalizados hacia el consumo diario de café en las personas.

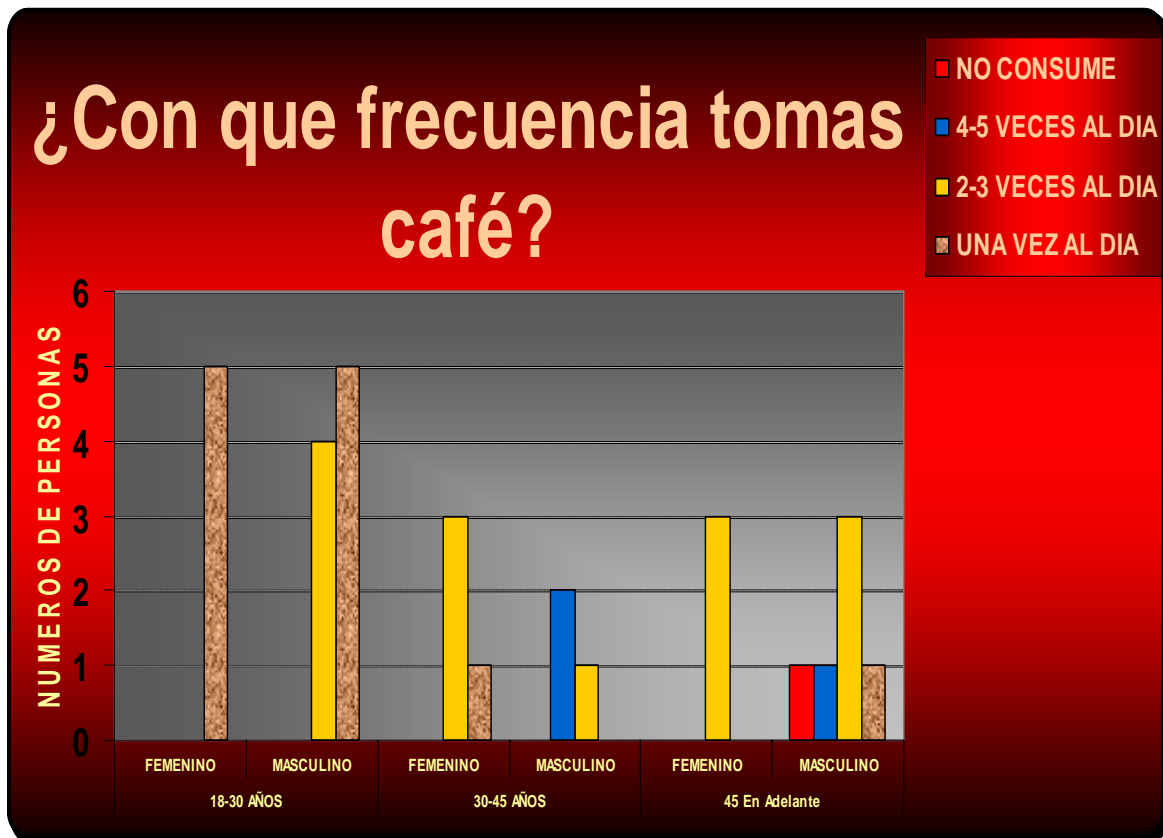
## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

EDAD SEXO	18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
<b>1</b> ¿Con que frecuencia tomas café? No consume 4-5 veces al día 2-3 veces al día Una vez al día						1
				2		1
		4	3	1	3	3
	5	5	1			1
<b>2</b> ¿Tienes alguna preferencia especial? Normal Bajo en cafeína Descafeinado	2	8	3	3	4	4
			1			
	3	1				1
<b>3</b> ¿Cómo te gusta el café? Soluble Tostado y molido	2	3	1			1
	3	5	3	3	4	4
<b>4</b> ¿Cómo te gusta el café? Suave Medio Fuerte Muy Fuerte	2	2	1	1		1
	3	4	3		3	2
		2		2		2
		1			1	
<b>5</b> ¿Que tipo de cafetera utiliza? Cafetera de fuego Cafetera de filtro Cafetera Expreso Otra	1	2	1		1	1
		2		1	3	2
	2	3	2	2		2
	2	2	1			
<b>6</b> ¿Cuál es tu café favorito? Solo Cortado Con Leche Capuchino Con Licor.			2	2		
	4	2	2	1	2	3
		3			2	1
	1	2				
		2				1
<b>7</b> ¿Estaría dispuesto a probar nuevas variedades de café? SI NO	5	9	4	3	4	2
						3
<b>8</b> ¿Lugar de preferencia de beber un café? Casa Cafeterías Las dos			2		1	
	2	6		2	1	2
	3	3	2	1	2	3
<b>9</b> El café que consume en casa. ¿dónde lo compra? Supermercados Tiendas tradicionales de siempre. Establecimientos especializados en café. Otros	4	7	2	1	3	3
		1		1		
		1		1	1	2
	1		2			
<b>10</b> ¿Estaría dispuesto a desplazarse para comprar y degustar mejores variedad de café? SI NO	3	6	4	3	3	3
	2	3			1	2
<b>11</b> ¿Estaría dispuesto a pagar un precio adicional para comprar y degustar un buen café? SI NO	3	7	4	3	3	4
	2	2			1	1
<b>12</b> ¿Le gustaría degustar el café antes de comprarlo? SI NO	3	8	4	3	4	4
	2	1				1
	60	107	48	36	47	61

A continuacion hemos elegido las 6 preguntas más significativas de la encuesta, para realizar un grafico explicativo, para cada una de ellas.

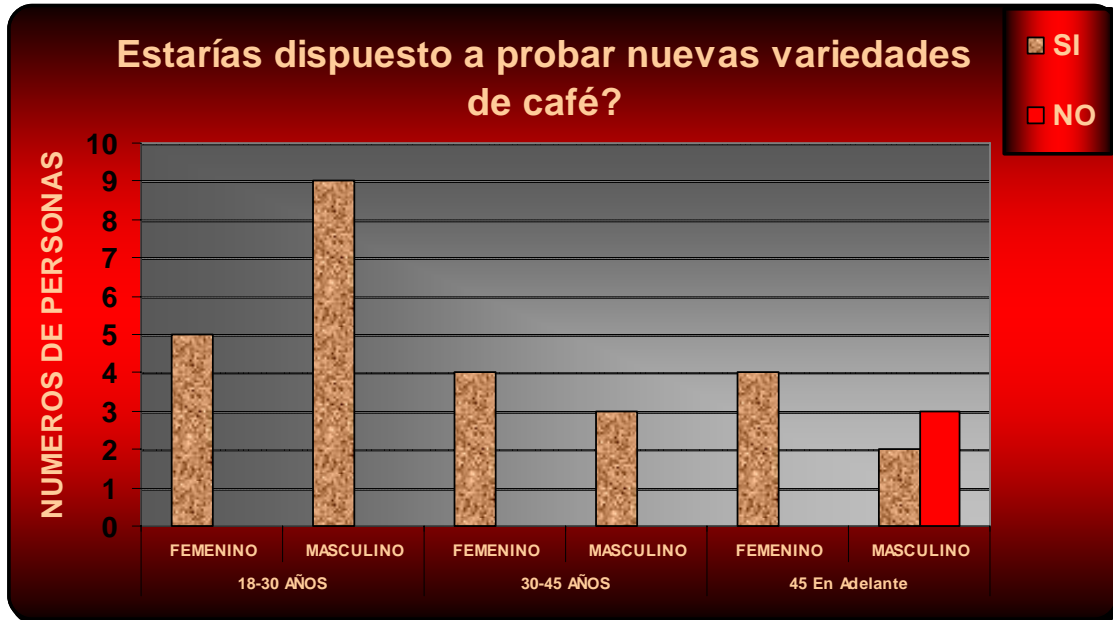
**RESULTADO DE LA ENCUESTA**

SEXO	18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
No consume						1
4-5 veces al día				2		1
2-3 veces al día		4	3	1	3	3
Una vez al día	5	5	1			1



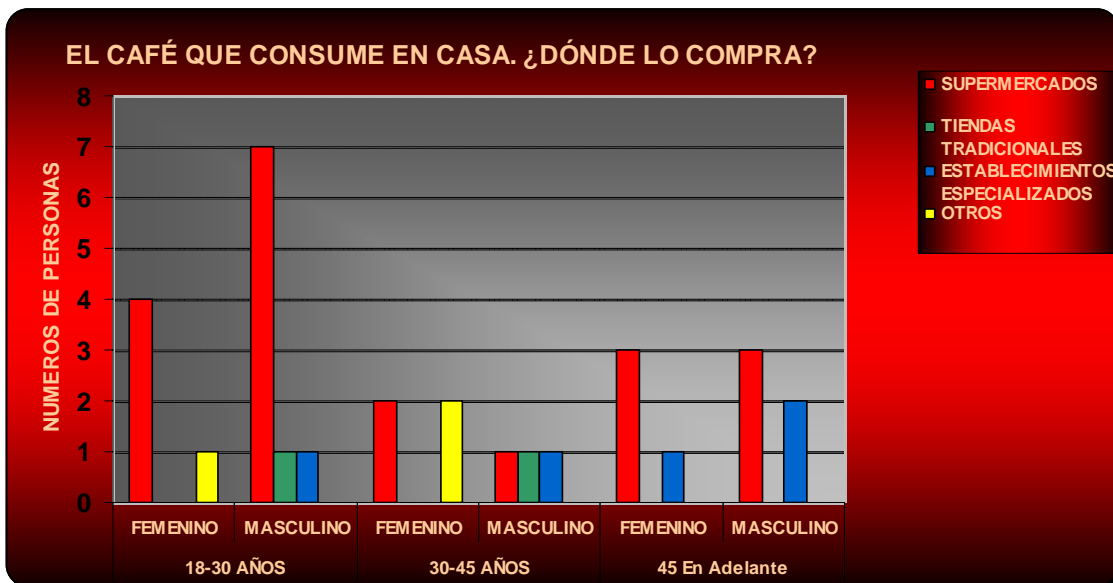
¿Estaría dispuesto a probar nuevas variedades de café?

	EDAD	18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
		FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
SI		5	9	4	3	4	2
NO							3



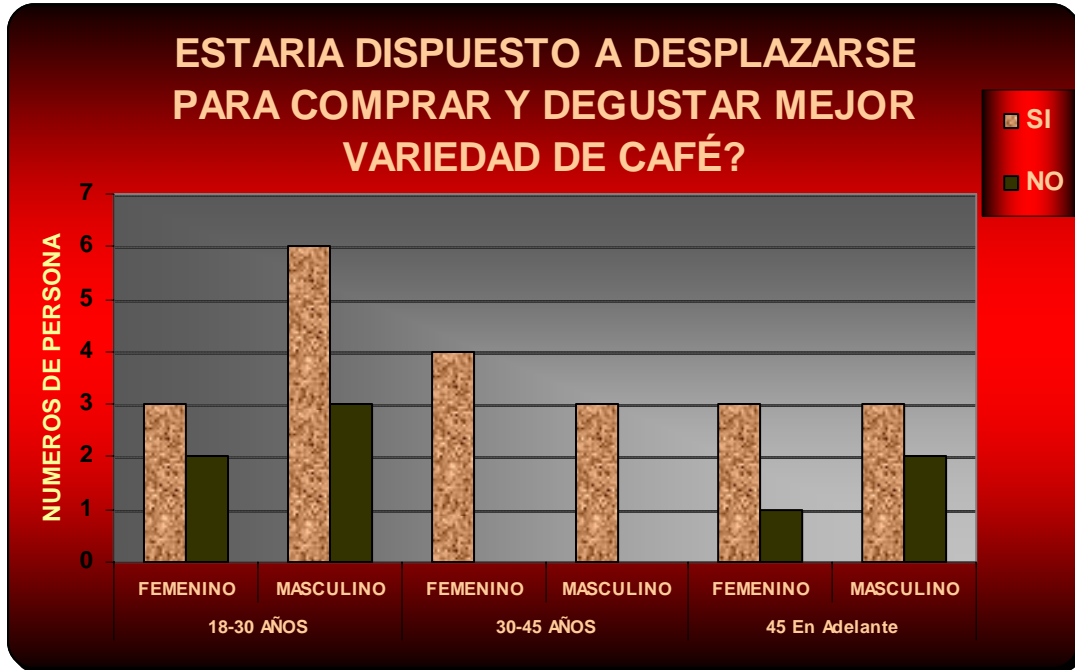
El café que consume en casa. ¿dónde lo compra?

	EDAD	18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
		FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
Supermercados		4	7	2	1	3	3
Tiendas tradicionales de siempre.			1		1		
Establecimientos especializados en café.			1		1	1	2
Otros		1		2			



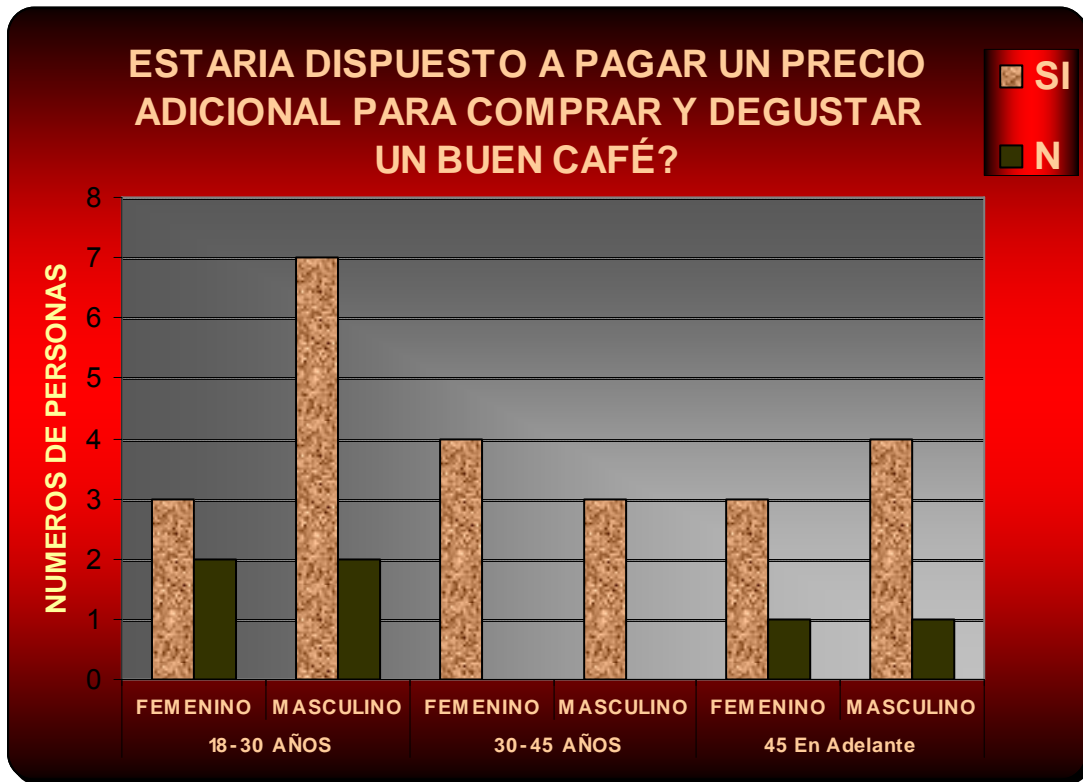
¿Estaría dispuesto a desplazarse para comprar y degustar mejor variedad de café?

	EDAD 18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
SI	3	6	4	3	3	3
NO	2	3	4	3	1	2



¿Estaría dispuesto a pagar un precio adicional para comprar y degustar un buen café?

	EDAD 18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
	SEXO FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
SI	3	7	4	3	3	4
NO	2	2			1	1

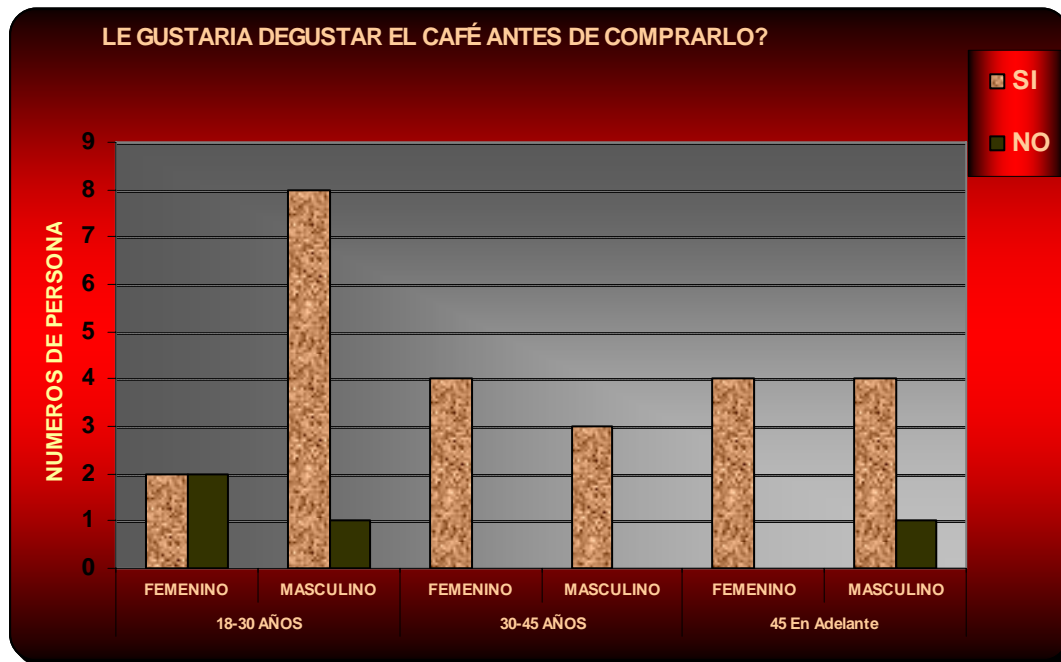




## Capítulo 12: Estudio de Mercado

¿Le gustaría degustar el café antes de comprarlo?

	EDAD	18-30 AÑOS		30-45 AÑOS		45 En Adelante	
	SEXO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
SI		2	8	4	3	4	4
NO		2	1				1



## 13. LOCALIZACIÓN

Nuestro establecimiento estará localizado en la calle Camino las Torres, hemos elegido este lugar por ser un lugar céntrico de bastante tránsito de personas, por tener una buena comunicación que nos permite llegar con facilidad desde cualquier punto de Zaragoza, por ser una zona que tiene un alto nivel en las infraestructuras y además, de todos los locales que nos hemos informado era el que más se ajustaba a nuestras necesidades.

Nuestras expectativas eran localizar nuestro establecimiento en un lugar mas céntrico pero eso supone un coste demasiado elevado.

La forma de adquirir el local va a ser mediante alquiler, ya que al principio nuestra posibilidades no alcanzan la opción de comprar un local.

El local tiene instalación eléctrica, un cuarto con dos baños y espejo común y un cuarto no muy grande que utilizaremos de almacén y para realizar las gestiones administrativas, extracción de humos, (instalación ya incorporada en el local, situado mediante una rejilla en el techo).

Pago en el primer mes:

1260 € de fianza  
1260 € de inmobiliaria  
1260 € de mensualidad

Resto de meses: 1260 € mensuales

### 13.1 INSTALACIÓN DEL LOCAL:

**Pintores:** Pintores Herrena. Presupuesto: 853 Euros.

**Albañil:** el albañil se encargará de instalar el mostrador junto con el lavavajillas, el fregadero y la nevera en el almacén y de instalar focos y lámparas. Los electrodomésticos serán comprados por nosotras.

- 🔪 Lavavajillas: 369 Euros (Balay)
- 🔪 Nevera: 749 Euros (Balay)
- 🔪 Fregadero: 410 (Balay)
- 🔪 Mano de Obra: 760 Euros
- 🔪 Mostrador de madera y mármol de 7.81m divididos en 4.2m y 3.61m distribuidos en forma de L: 6320 Euros
- 🔪 Puertas: 1200 euros
- 🔪 Fachada: 12.000 euros

**TOTAL 21.808 euros**

Proveedor: El Corte Inglés.

Plazo de pago: 3 meses de plazo, sin intereses.

Garantía de los tres productos 5 años.

### **13.2 SUMINISTROS**

En cuanto a los suministros, la energía será lo más costoso para nosotros ya que son muchas las máquinas de las que dispondremos en nuestro establecimiento y por tanto tendremos un coste elevado, respecto a los demás suministros dispondremos de los necesarios en cualquier establecimiento cara al público, la luz (lámparas, focos), el agua (fregadero, baños), el teléfono, calefacción, aire acondicionado (incluidos)...cuyos costes aproximados los sabremos al terminar los respectivos meses.

### **13.3 LA MAQUINARIA**



**Tostadora TN-2**

Precio: 5200 euros

Producción: 8Kg/h

Proveedor: Empresa Discaf



**Molino MT-2**

Precio: 2136 euros

Producción: 2Kg/min

Proveedor: Empresa Discaf

**Mezclador Mixer**

Precio: 1250 euros

Puede mezclar desde 100 gr hasta 2 Kg.

Proveedor: Empresa Discaf



**14 Silos cilíndricos** ( de estos tres escogeremos el más grande).

Precio: 447 euros por cilindro, en total nos costarán 6258 euros.

Proveedor: Empresa Discaf



**Balanza para el Comercio;** con impresora térmica y columna.

Precio: 395 euros

Proveedor: SUMIQUEL S.L.



**Máquina de Espresso Control 2GR**

(Cafetera de dos mangos)

Precio: 1799 euros

Proveedor: Empresa Discanf



**Máquina Registradora con display.**

Precio: 499 euros

Proveedor: SUMIQUEL S.L.



**Envasadora al vacío**

Precio: 1351 euros

Proveedor: Empresa Discaf

**TOTAL MAQUINARIA: 18.888 Euros.**

**IVA 16%: 3.022,08 Euros.**

**TOTAL A PAGAR: 21.910,08Euros.**

**PORTES: Van incluidos en el precio por su elevada cuantía.**

### **13.4 PROVEEDORES DE LA MAQUINARIA**

Las maquinas que vamos a utilizar son:

Del proveedor DISCAF:

- Tostadora TN-2
- Molino MT-2
- Mezclador Mixer
- Silos Cilíndricos
- Máquina de Espresso
- Envasadora al vacío

**Plazos de Entrega**

- Tostadora TN-2: 60 días con su pedido
- Molino MT-2: inmediato
- Mezclador Mixer: 60 días con su pedido
- Silos Cilíndricos: inmediato
- Máquina de Espresso: 30 días con su pedido
- Envasadora al vacío: inmediato

**Forma de Pago:**

- 30% Mediante transferencia, a la firma del contrato, cuando se reciba su pedido.
- 70% A la expedición del material, mediante transferencia o contra reembolso.

**Garantía:**

Los productos de esta empresa disfrutarán de un año de garantía.

**Del proveedor SUMIQUEL S.L:**

- Balanza para el Comercio
- Máquina Registradora con display

**Plazos de Entrega:**

- Balanza para el Comercio: inmediato.
- Máquina Registradora con display: inmediato.

**Forma de pago :**

- Tanto la balanza como la máquina registradora al contado en el momento de recibir el pedido.

**Garantía :**

*Las máquinas de esta empresa tienen una garantía de un año de plazo.*

**PRECIOS DEL MOBILIARIO**

- Mesas (cuatro) 169 € unid total 676 €
- Proveedor: En Un Momento Dado (Pol. Industrial. Mas Alba de Sitges)
  
- Mesita pequeña 49,95 € unid total 49,95 €
- Proveedor: Ikea
  
- Sillas altas (doce) 73 € unid total 876 €
- Proveedor: En Un Momento Dado
  
- Sillón Rojo 189 € unid total 189 €
- Proveedor: Ikea

- Lámpara de techo 30 € unidad total 180 €  
● Proveedor: Ikea
- Mesa de escritorio 89,90 € unidad total 89,90€  
● Proveedor: Ikea
- Silla para escritorio 59,90 € unidad total 59,90€  
● Proveedor: Ikea
- Ordenador Packard Bell, Impresora HP y Monitor Sonic TFT 17:  
778 €  
● Proveedor: PC City (Tiendas especializadas en sistemas  
informáticos)
- Foco de luz 19.90 € unidad, total 159.20 €  
● Proveedor: Instalaciones Electrofil
- Tazas: 16 tazas de colores ( 8x13.36): 106.88  
● 16 tazas blancas ( 8x 13.53 ): 108.24  
● Proveedor: Nespresso
- Vasos para llevar: Vaso 100 cc: 54.08 euros ( 1000 unidades )  
● Tapa: 35.31 euros ( 1000 unidades)  
● Proveedor: Coffetech
- Bolsas: 3 Paquetes 260 x 100 x 330 250 unidades: 54,45 euros  
157.35 euros  
● 3 Paquetes 400 x 160 x 450 250 unidades: 65,82 euros 197.46  
euros  
● Proveedor: Logitech

**TOTAL: 3717,27 Euros**

**IVA 16%: 594,76 Euros.**

**TOTAL A PAGAR: 4312,03 Euros.**

**PORTES: No existen ya que nosotros mismos fuimos a buscar el mobiliario en el establecimiento.**

### **13.5 PROVEEDORES DEL MOBILIARIO**

#### **EN UN MOMENTO DADO**

##### **Plazos de entrega:**

- 2 semanas

##### **Forma de pago:**

- Transferencia Bancaria



**Garantía:**

 2 años

**IKEA:**

**Plazos de entrega:**

 Inmediato

**Forma de pago:**

 En efectivo

**Garantía:**

 2 años

**PC CITY**

**Plazos de entrega:**

 Inmediato

**Forma de pago:**

 Mediante transferencia bancaria

**Garantía:**


 2 años.

**ELECTROFIL**

**Plazos de entrega:**

 Inmediato

**Forma de pago:**

 En efectivo

## **COFFETECH**

### **Plazos de Entrega :**

- 1 semana

### **Forma de Pago :**

- Mediante contra factura

## **NESPRESSO**

### **Plazos de Entrega :**

- 15 días

### **Forma de Pago :**

- 40% mediante transferencia al realizar el pedido.
- 60% al contado al recibir el pedido.

## **LOGITEC**

### **Plazos de entrega :**

- 8 días

### **Forma de pago :**

- Mediante contra factura.

### **Garantía :**

Todos los proveedores de envases ( vasos, tazas, bolsas) nos garantizan la disposición de estos productos en perfecto estado en el caso de que estén dañados o defectuosos serán devueltos y cambiados por otros.

## **13.6 OTROS APROVISIONAMIENTOS**

- Cucharas: 54,08 euros
- Servilletas: 25,20 euros
- Productos de limpieza : 10,00 euros
- Leche: 75,00 euros
- Azúcar: 14,00 euros
- Sacarina: 24,50 euros
- Crema: 40,00 euros

## **13. PROCESO PRODUCTIVO Y PRESENTACIÓN DE NUESTRO SERVICIO**

Nuestro negocio va a consistir fundamentalmente en la venta y degustación de diferentes productos como el chocolate, el te y en especial nuestro producto estrella el café. Con nuestras ideas y servicios diferentes que ofertamos haremos del café, un producto tradicional, un producto innovador.

En principio nuestro servicio de venta consistirá en vender café, te y chocolate en diferentes cantidades y a gusto del consumidor. Ofertando muchas variedades tanto de té como de café (chocolate variedades justas) y de diferentes precios desde asequibles hasta más caros considerando que estamos vendiendo un producto de siempre, pudiéndolo conseguir en un supermercado por la mitad de precio pero sin los aspectos diferentes que nosotros incluiremos.

La realización y elaboración del café será en el momento, a gusto del consumidor, como ya explicamos anteriormente con todas las máquinas adquiridas, que tendremos a nuestra disposición. Dispondremos de significativas variedades de café, siendo nuestro cliente quien elija la cantidad, el tipo, la mezcla si quiere...y será elaborado y entregado en el momento de compra...de este servicio se encargará una persona en concreto y exclusivamente, al igual que de el empaquetado y envoltorio de el café que adquiera en nuestro establecimiento.

En cuanto a la degustación, el cliente tendrá a su disposición toda la variedad de cafés que dispongamos para degustar y probar todo el aroma y texturas de nuestros cafés, en un ambiente muy propicio para ello...además en nuestro establecimiento también podrán comprar un pack que conste de todas las variedades te que vendamos para que puedan probarlas gustosamente en su hogar...Naturalmente para esta actividad dispondremos de otra persona para servir en las tacitas adecuadas los diferentes cafés...

### **14.1 TÉCNICAS PRODUCTIVAS**

En cuanto las técnicas que vamos a utilizar para una mayor atracción de los clientes y auténtica diferenciación de la competencia van a ser las Mezclas personalizadas a gusto del consumidor y La Creación de nuestra propia línea de café...

#### Mezclas Personalizadas:

El mezclador es una máquina desarrollada para poder realizar mezclas de café y otros productos. Es de muy fácil manejo, además no precisa de ningún tipo de instalación y con ella podremos realizar todo tipo de mezclas de los cafés que más agraden a nuestros futuros clientes; consiguiendo así en una misma taza de café la mezcla más idónea de dos cafés. Esta será una forma de hacer

que el cliente se fidelice con nuestro negocio...ya que ese café que beba producto de una mezcla sólo lo podrá adquirir en nuestro establecimiento.

El Mezclador, por su diseño en forma de cúpula transparente, creemos que será toda una atracción para nuestro negocio.

Según el gusto del cliente:

- Para notar cuerpo en la boca, utilizaremos la variedad de Brasil
- Para un gusto más neutro, utilizaremos la variedad de Camerún (proporciona una buena crema)
- Para un sabor más perfumado, la variedad perfecta serán Colombia, Costa Rica..
- Para un gran sabor, la variedad que utilizaremos será Colombia Supremo, e India
- Y para un sabor más ácido, utilizaremos la variedad de Costa Rica.
- Para un sabor más afrutado, utilizaremos la variedad de Kenia.

En relación a esta técnica desarrollaremos en nuestro negocio, por los propios trabajadores otra técnica importante que será:

### La Creación de una línea de café propia :

Cuando se trata de café, lo que importa es el sabor, pero no todos tenemos el mismo paladar. Los consumidores pueden buscar diferentes características en su taza diaria de café; algunos pueden preferir un sabor fuerte y otros un gusto más suave.

Para lograr el mejor sabor del café, es importante mezclar diferentes granos procedentes de todo el mundo, en nuestro caso las pruebas de mezclas serán realizadas con nuestra variedad de cafés disponibles. El principal fin de la mezcla es alcanzar un sabor y un aroma que puedan reproducirse constantemente.

El café es un producto natural y dado que la calidad de las cosechas es inestable, las recetas para las mezclas se deben ajustar con regularidad. Y es que estamos hablando de mezclas ya que la creación de una línea de cafés propia se basa en las mezclas de nuestros diferentes cafés.

A la hora de realizar un café diferente tendremos en cuenta la acidez, que es lo que hace especial a un café, el aroma que proporciona matices para nuestro paladar, que va desde del achocolatado al salado, el cuerpo que es el peso, el grosor que percibe nuestra lengua del café, y el sabor que puede ser más suave, más fuerte, más aromático...

Nuestra propia línea de café se dividirá en dos tipos, uno para un sabor más aromático y otro para un sabor más fuerte. Para el café más aromático utilizaremos el de Colombia y el de Costa Rica, ya que está constatado que son los cafés más adecuados para ello...mientras que cuando queramos preparar un café más fuerte utilizaremos el café de Camerún, India y Uganda...

El café es un producto natural y, por tanto, para asegurar que cada paquete de café le ofrezca un gusto, sabor y calidad constante y sin cambios, necesita mezclarse y tostarse. Los procesos de mezcla y tueste requieren un gran

destreza y experiencia, lo cual hace que necesitaremos un orientador de mezclas para nuestro negocio.

## **14.2 PROCESO DE ELABORACIÓN**

Nosotros recibiremos los sacos de café en nuestro establecimiento, previamente habiendo realizado el pedido a la compañía que hemos elegido del puerto de Barcelona.

Tendremos almacenadas las distintas variedades de café, en el almacén. Las cantidades que almacenemos serán pequeñas ya que para que el café no pierda sus propiedades debe estar en el almacén el menor tiempo posible.

En primer lugar realizaremos el tueste que es uno de los aspectos mas importantes para la obtención de un buen café.

Pondremos una cantidad de café en la tostadora a una temperatura entre 150 y 250 ° durante un tiempo entre 5 y 12 minutos según el grado de tueste que nos determinara tanto su color como su sabor.

Cuando el tueste es ligero el color del café será marrón claro, su sabor será mas suave y acido y menos amargo.

Cuanto mas se tueste el café el color se ira haciendo mas oscuro y el sabor menos acido y mas amargo y si esta demasiado tostado producirá un sabor no muy agradable.

Al tostar el café los aceites esenciales del mismo afloran poco a poco a la superficie, mas cuanto mayor sea el tueste.

Con el tueste del café se produce gas carbónico que se ira liberando poco a poco, este gas es importante pues mantiene alejado a el aire.

Este gas en el café en grano se ira liberando durante 1 a 2 semanas mientras que molido no durara ni un día, es por lo tanto muy importante mantener el café tostado bien conservado sin molerlo hasta el momento antes de prepararlo.

Después de dejar enfriar el café lo conservaremos cada variedad en un silo, el cliente nos pedirá la cantidad de la variedad de café que desea o la mezcla de variedades entonces pasaremos a molerlo.

En el caso de que nos pida una mezcla de distintas variedades depositaremos el café ya tostado en el mezclador.

Para moler el café depositaremos las cantidad de la variedad que el cliente nos ha pedido o la mezcla .

El grado de espesor de la molienda tiene un impacto importante en el proceso de elaboración y es crítico saber combinar la consistencia del grado de fineza del café con el método de elaboración para poder extraer un sabor óptimo de los granos tostados. La molienda dependerá no solo del tipo de café sino también del modelo de cafetera que vaya a utilizar el cliente para su preparación ya que el café deberá estar mas o menos tiempo en con el agua, cuanto mas tiempo este en contacto, la molienda ha de ser mas gruesa y cuanto menos tiempo este en contacto la molienda ha de ser mas fina.

En cafeteras de puchero y embolo la molienda es gruesa y un tiempo de contacto del agua con el café de mas de 4 minutos.

En cafeteras de filtro la molienda es media y un tiempo de contacto con el agua de 1 a 4 minutos.

En cafeteras Express la molienda es fina y un tiempo de contacto con el agua de menos de 1 minuto.

Finalmente envasaremos en paquetes de 1/4, 1/2, 1 o 2 kilos de café introduciéndolo en la envasadora.

## 14. VARIEDADES DE NUESTROS PRODUCTOS

### 15.1 PARA EL CAFÉ:

Primeramente tenemos que distinguir entre los términos Arábica, que determina los cafés que no son muy fuertes, son más aromáticos y tienen el grano más grande; y dentro de este distinguimos entre lavados (tratados por vía húmeda) y los no lavados (tratados por vía seca).

Y el Robusta que es una variedad más fuerte, y el grano más pequeño.

### 15.2 VARIEDADES DE CAFÉS:

- Colombia: Arábica. Suave, ácido y muy aromático.
- Camerún: Robusta. No lavado, con mucha cafeína, fuerte, amargo, denso y sin aroma
- Jamaica: Arábica. Muy suave, carece de acidez, cuerpo ligero y escaso en su contenido en cafeína.
- Kenia: Arábica. Afrutado y sabor intermedio.
- India: Arábica. Sabor seco y fuerte, cuerpo denso y ligero aroma, neutro.
- Brasil: Arábica. Fuerte, cuerpo denso, carece completamente de acidez.
- Guatemala: Arábica. Sabor dulzón, más aromático que la clase antigua.
- Uganda: Robusta. Café lavado y secado al sol, sabor fuerte con alto grado de cafeína y sin aroma.
- Cuba: Arábica. Muy suave, sin acidez, cuerpo muy ligero.
- México: Arábica. Suave. En su producción destacan los siguientes tipos: Márago, Planchuela, Caracolillo, Sierra Madre, Mingo, Jaltenango...entre otros.
- Costa Rica: Arábica. Sabor gustoso entre Nicaragua y Brazil, neutro de acidez.

- Descafeinado Java: Arábica. Sabor más suave, y de entrada delicada al paladar.

### 15.3 VARIEDADES DE TÉS:

- Earl Grey Lupus
- Te negro de Ceylan y Darjeeling con aroma de Bergamota.
  
- Snow Green
- Te verde de China con trozos de almendra, flor de naranjo y aroma de vainilla y canela.
  
- Ceylan Sant James
- Te negro de Sri Lanka, perfecto con leche o limón.
  
- Infusión Equilibrio
- Manzanilla, Rooibos, anís ginsegn y aroma de miel.
  
- China Pu-Erh
- Te rojo de China.
  
- China Jazmín
- Te verde con jazmín.
  
- Infusión Jengibre Limón
- Menta, jengibre, citronella, piel de limón.
  
- Darjeeling Castleton
- Te negro de la India, suave y aromático.
  
- Verde Menta
- Te verde de la China y menta.
  
- Mil y una noches
- Te negro y verde de la China, melocotón, albaricoque y nectarina.
  
- Frutos del Bosque
- Te negro con trozos de moras, fresa y frambuesa.
  
- Desteinado Jardín del Eden
- Te negro descafeinado con sabor de manzana, albaricoque y nectarina.

## **15.4 LAS VARIETADES DE CHOCOLATE:**

- **Chocolate amargo:**  
Fabricado a partir de cacao cosecha Río Guayas y sus afluentes, en Ecuador.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr.

- **Chocolate amargo origen único:**  
Chocolate amargo procesado con e exclusivo cacao de costa, caribeña localidad de Venezuela.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

- **Chocolate amargo origen único Bahía Superior:**  
Chocolate amargo fabricado a partir de cacao procede de Bahía, Brasil. Se trata de un grano de tipo Foraster por un fuerte aroma y amargo, con notas a café.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

- **Chocolate amargo origen único - Esmeralda:**  
Chocolate amargo fabricado con habas traídas del norte de la provincia de Esmeraldas. Con plantaciones muy antiguas superan los 90 Años de edad. Que resulta en un suave aroma y delicada

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

- **Chocolate amargo origen único - Carenero Superior:**  
Chocolate amargo fabricado con el cacao Venezolano de Carenero Superior tiene un genética única que es de 100 años.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

- **Chocolate con leche Bahía Superior y nibs de café:**  
Chocolate con leche fabricado exclusivamente con cacao superior. Combinado con pequeños trozos o eclats de la misma región. Tipo caracolillo, ideal para la sobremesa.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr



- Naranja intenso – Chocolate semiamargo Río Arriba sabor Naranja:  
Chocolate Semiamargo fabricado con 60% cacao Arriba, originario del Ecuador. En este chocolate el bouquet floral tan singular que aporta naturalmente el cacao es reforzado con aceite esencial de naranja que aporta un toque frutal sin desentonar, ofreciendo una degustación muy fresca y sensual

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

- Gianduia – Chocolate con leche y vainilla:  
Chocolate con Leche partiendo del cacao venezolano Carenero Superior. Las notas a frutas secas propias de este cacao son potenciadas con la avellana molida dando lugar a una clásica Gianduia, muy refinada y delicada al paladar.

Contenido Cacao: 70%  
Presentación: Tabletas de 100gr

## 15. PROVEEDORES

### 16.1 PROVEEDOR DE CAFÉ

El proveedor que nos suministre café será la compañía **CIMAZUL** del Puerto de Barcelona hemos elegido este proveedor por conocer la calidad de sus cafés y su compromiso por experiencia.

**El plazo de entrega:** será de una semana, la entrega se realizara en el establecimiento.

**Forma de Pago:** 30 ,60 días.

### 16.2 PROVEEDOR DE TÉ

El proveedor que nos suministre té será **COFFETECH**, hemos elegido este proveedor por su precio y condiciones de pago.

**El plazo de entrega:** será de 1 semana. La entrega se realizara en el establecimiento.

**Forma de Pago:** 30,60 días.

### 16.3 PROVEEDOR DE CHOCOLATE

El proveedor que nos suministre chocolate será **ZOOM CAFFE**, hemos elegido este proveedor por su calidad , forma de pago y precios.

**El plazo de entrega:** será de 2 días. La entrega se realizara en el establecimiento.

**Forma de Pago:** 30,60,90 días.

## 16. PRECIOS

### 17.1 PRECIOS DE LAS VARIEDADES DE CAFÉ

- Colombia precio kilo 1,89
- Camerún precio Kilo 1,85
- Jamaica precio Kilo 1,84
- Kenia precio Kilo 1,81
- India precio Kilo 1,73
- Brasil Precio Kilo 1,61
- Guatemala Precio Kilo 1,07
- Uganda Precio Kilo 1,13
- Cuba Pecio Kilo 1,70
- México Precio Kilo 1,17
- Costa Rica Precio Kilo 1,09
- Descafeinado Java Precio Kilo 1,93

## 17.2 PRECIOS DE LOS TES

Cada variedad de te va incluida en latas que están formadas por 100 bolsitas cada una. Todas las variedades de te que hemos visto anteriormente tienen el mismo precio:

Precio Bolsita.....0.31€  
Precio Lata.....31€



## 17.3 PRECIOS DE LOS CHOCOLATES



### CHOCOLATE AMARGO.

UNIDADES	PRECIO
1	6,70 €



### CHOCOLATE AMARGO ORIGEN UNICO.

UNIDADES	PRECIO
1	6,70 €



### CHOCOLATE AMARGO ORIGEN UNICO - BAHIA SUPERIOR

UNIDADES	PRECIO
1	6,70 €



### CHOCOLATE AMARGO ORIGEN UNICO- ESMERALDAS

UNIDADES	PRECIO
1	6,70 €

### CHOCOLATE AMARGO ORIGEN UNICO – CARENERO SUPERIOR.

UNIDADES	PRECIO
1	6,30 €

**NARAJA INTENSO – CHOCOLATE CON LECHE ESMERLADAS Y NIBS DE CACAO**

UNIDADES	PRECIO
1	6,30 €

**GIANDUIA- CHOCOLATE CON LECHE Y AVELLANA**

UNIDADES	PRECIO
1	6,30 €

## **APROVISIONAMIENTO**

### **CAFÉ**

Stock medio: Será 300 kilos al mes en total, 25 kilos de cada variedad (12 variedades )

Al llegar al stock mínimo se realizara el pedido.

El coste en un principio de la existencias que tendremos de este producto será:

**470 Euros**

**IVA 7%: 32,9**

**PORTES 119,25 Euros**

**TOTAL : 622,15 Euros**

### **TÉ**

Stock medio: será 12 latas en total de 100 bolsitas cada una , 1 lata de cada variedad (12 variedades).

Al llegar el stock mínimo se realizara el pedido.

El coste en un principio de la existencias que tendremos de este producto será:

**372 Euros**

**IVA (7%): 26.04 Euros**

**PORTES: Incluidos en el precio total**

**TOTAL : 398.04 Euros**

### **CHOCOLATE**

Stock medio: será 96 tabletas en total, 12 tabletas de cada variedad (8 variedades).

Al llegar el stock mínimo se realizara el pedido.

El coste en un principio de la existencias que tendremos de este producto será:

**548,40 Euros**

**IVA (7%): 38,39 Euros**

**PORTES: Incluidos en el precio total**

**TOTAL : 586,79 Euros**

## **PROVEEDOR**

### **PROVEEDOR DE ENVASES**

#### **RAJAPACK**

##### **Plazos de entrega :**

- 5 días

##### **Forma de pago :**

- Mediante contra factura.

##### **Garantía :**

El proveedor de envase nos garantiza la disposición de estos productos en perfecto estado en el caso de que estén dañados o defectuosos serán devueltos y cambiados por otros.

### **17.4 PRECIOS DE LOS ENVASES**

2Cajas de ¼	200 unidades:	160 euros
2 Caja de Medio	200 unidades:	160 euros
3 Caja de 1 Kilo	200 unidades:	240 euros
1 Caja de 2 kilos	200 unidades:	80 euros

Proveedor: RAJAPACK.

**TOTAL: 640 Euros.**

**IVA 16%: 102.4 Euros.**

**TOTAL A PAGAR: 742.40 Euros.**

## 17. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Reparto de funciones entre todas las propietarias:

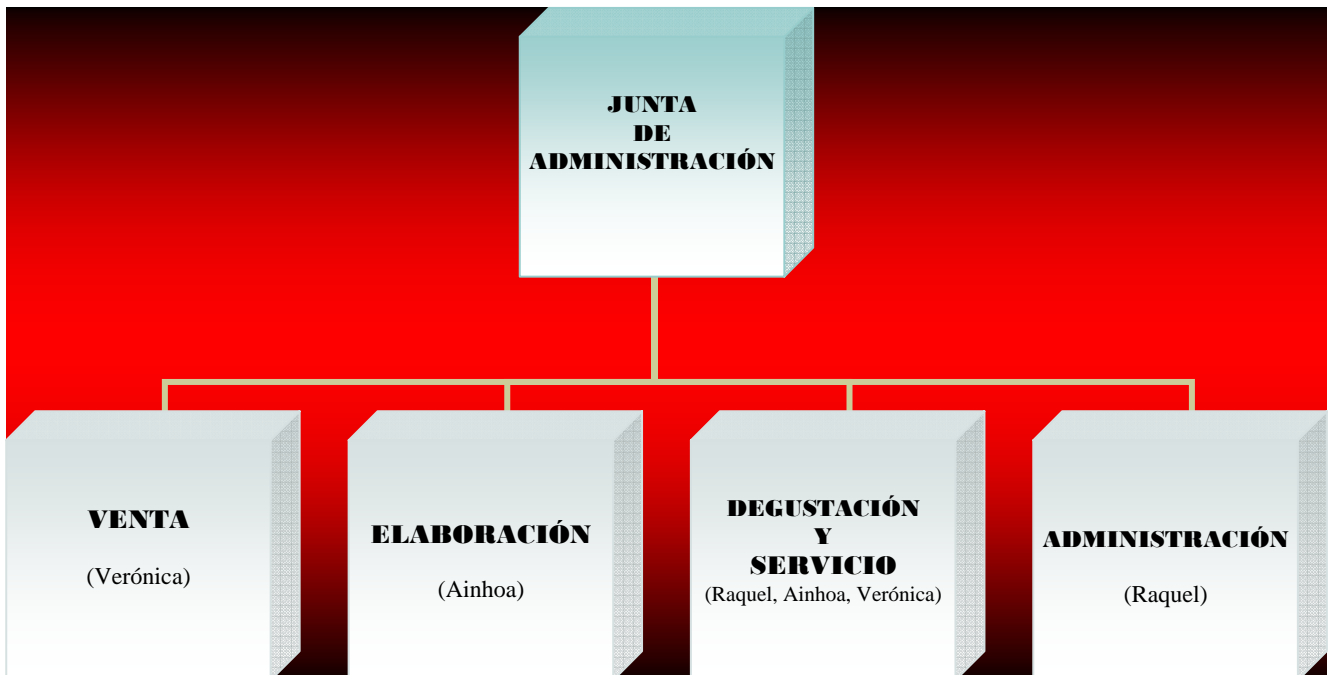
- **Función de elaboración y envasado de los productos:** Esta función consiste en la elaboración de las diferentes variedades de café, con el manejo de las máquinas y posterior envasado del mismo. De esta función se encargará una sola persona, (una de las propietarias) la cual conocerá a la perfección la utilización de las diferentes máquinas para hacer el café y el envasado, aparte de conocer las características de todos los cafés para elaborarlo a gusto del cliente, con sus propiedades correspondientes.
- **Función de venta y cobro:** Esta función consistirá en la venta de los diferentes productos que ofertamos, y en el cobro de los mismos. Esta función la realizará únicamente una persona ( una de las propietarias), independientemente de que lo haya elaborado o lo haya servido otra de las propietarias.  
Por tanto, tendremos una persona exclusiva en el mostrador permanentemente, que se ocupará del cobro y venta del té y del chocolate, y de la venta y cobro de los diferentes cafés, sin que los haya elaborado ella ni servido a modo de degustación. También esta persona se encargará, de una especial atención al cliente, acerca de las dudas que se le pueden plantear al consumidor ante un determinado producto; su labor será atenderle y aconsejarle y recomendarle para que su elección sea la mejor.
- **Función de degustación y servicio de cafetería:** Esta función se basa en la degustación gratuita que el cliente podrá realizar antes de comprar un café específico, como también de servir un café a cualquier cliente venga a tomarlo o a llevárselo en la hora del almuerzo o tiempo libre...será como hacer un servicio de cafetería...Esta función será realizada por cualquiera de las tres propietarias conjuntamente con otra de las funciones, la menos laboriosa, y en un futuro esta función será realizada por una persona contratada.
- **Función de administración:** Una de las propietarias tendrá la función de administradora o responsable del negocio desde el punto de vista de las gestiones propias del negocio. Esta persona realizará actividades como hacer los pedidos, las facturas, técnicas publicitarias, investigación de nuevos cafés e innovadores productos para nuestro negocio ...Esta persona desarrollará sus actividades en el almacén del establecimiento o fuera de él...conjuntamente con otra de las funciones de nuestro negocio.

Es importante recalcar, que para una buena imagen de nuestro establecimiento, es imprescindible cuidar el estilo, el mantenimiento y la



organización de este, día a día, por lo tanto, las funciones de almacenamiento y reposición de los productos serán cuidadas por las tres propietarias de manera conjunta, en el momento de apertura del establecimiento, o en el caso que baje la clientela...también para una buena imagen es importante mantener la limpieza y una buena ambientación del establecimiento.

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



## **18.1 PROFESIOGRAMA DEL PUESTO DE TRABAJO “CAMERERO”**

### **Identificación del puesto**

- Denominación: Camarero
- Ubicación:
  - ❖ En el organigrama: servicio de cafetería y degustación
- Superiores de los que depende: de las tres socias que componen el negocio
- Trabajo en equipo: relacionarse con la encargada de la elaboración y prelación de los diferentes cafés, así como de relacionarse con la encargada del cobro de éstos.
- Responsabilidades a su cargo:
  - ❖ Respecto de la actuación de los clientes: se encarga de controlar el servicio de degustación, comprobando que la persona que degusta gratuitamente un determinado tipo de café, posteriormente lo vaya a comprar.
  - ❖ Responsabilidad del servicio: se encargará de que todos los productos se sirvan en perfecto estado con sus suplementos adecuados, en un plazo de tiempo establecido.
- Finalidad del puesto de trabajo: servir adecuadamente los productos que hayan pedido los clientes.

### **Descripción:**

- Tipo de función: servicio de cafetería y posible degustación de todas las variedades de café.
- Tareas a realizar: recibir la petición del cliente, y cumplirla... ya sea mediante degustación o entrega de los cafés en las diferentes mesitas, barra, o sofá...previo
  - Preparación en la cafetera.
  - Medios que utilizará: uniforme en sus horas laborales,
  - Tipo de tecnología utilizada: cafetera de 2 mangos, modernizada.

### **Características físicas y ambientales:**

- Trabajo interior o exterior: el trabajo se realizará y desarrollará en el interior del establecimiento.
- Posición habitual: estará de pie en el interior de la barra o desplazándose por local, cuando tenga que ir a servir el café...
- Riesgo de accidente: quemaduras en zonas externas del cuerpo, como brazo o mano, por la caída de una taza de café muy caliente.

## **18.2 PERFIL PROFESIOGRAFICO DEL PUESTO DE TRABAJO “CAMARERO”**

### **Aspectos físicos:**

- Edad: entre 20 y 35 años.
- Sexo: no es determinante
- Apariencia física: normal, sin condiciones especiales.
- Estado Civil: no es determinante.
- Hijos: no es determinante.

### **Aptitudes psicotécnicas:**

- Inteligencia: normal
- Comprensión verbal: fluida.
- Fluidez verbal: adecuada para una buena comunicación con los clientes.
- Memoria: normal.
- Habilidad manipulativa: capacidad de convencer a la vez de aconsejar a los clientes.
- Paciencia: Suficiente en caso de incidencias con los clientes.
- Capacidad de escuchar: normal.

### **Capacidades:**

- Trabajo en equipo: tiene que relacionarse con la encargada de la elaboración del café y con la encargada del cobro de los cafés que ella sirve.
- Organización: adecuada ya que tiene que estar al tanto de la degustación como de servir los cafés a los clientes.
- Atención: la mejor posible para evitar incidentes con los clientes.
- Corrección en el trato: alta capacidad de atender adecuadamente a los clientes para que estén satisfechos del servicio prestado.
- Otros: rapidez en servir a los clientes, ya que en ocasiones se tratarán de clientes que se encuentren en su tiempo de descanso del trabajo.

**Aspectos emotivos:**

- Entusiasmo: elevado para colaborar con objetivos de la empresa.
- Estabilidad: normal.
- Madurez: normal.
- Extroversión: suficiente para relacionarse adecuadamente con los clientes.

**Conocimientos:**

- Titulación necesaria: Enseñanza Secundaria Obligatoria.
- Experiencia anterior: no determinante, pero valorable.

### **18.3 SELECCIÓN Y FORMA DE SELECCIÓN DEL EMPLEADO**

Nuestro establecimiento va a estar formado por tres propietarias, las cuales tendrán el mismo nivel respecto a la dirección del negocio.

Una de ellas se encargará de las labores de administración, otra de las labores de elaboración del café, otra de las propietarias se encargará de la venta y cobro de los productos y entre las tres realizaremos las labores de degustación y servicio al cliente.

Sin embargo creemos que con el paso del tiempo necesitaremos a una persona empleada para realizar la labor de degustación y servicio al cliente, es decir realizará la actividad de camarero.

Cuando el negocio, ya esté ubicado y funcionando correctamente, en un plazo de 3, 6, meses, o incluso 1 año será el momento de contratar a un empleado.

#### **SELECCIÓN**

El perfil que buscamos de empleado:

- Será una persona de sexo, hombre o mujer.
- De edad no determinada, pero preferiblemente joven, de 20 a 30-35 años.
- La experiencia no será muy determinante, pero significativa y valorable. No se requieren grandes conocimientos y habilidades de hostelería.
- Este trabajo consistirá prácticamente en servir cafés o te, para degustar, tomar o llevar, y prestar una atención y servicio adecuado al cliente
- Necesitamos a una persona con habilidades de entusiasmo con los clientes, simpatía, buena apariencia, fluidez verbal, que tenga capacidad informar a la vez de convencer, cierta y correcta manipulación...
- Necesitará conocimientos básicos como la Enseñanza Secundaria Obligatoria.

## FORMA DE SELECCIÓN

La manera de buscar a nuestro futuro empleado será mediante anuncios publicitarios, colocados en periódicos, diarios de la provincia, Internet...

En nuestra propia página web, que será elaborada y diseñada antes de la contratación del empleado, colocaremos anuncios, para que la persona que la visite y esté interesada en el puesto de trabajo, tenga la posibilidad de ver nuestro establecimiento, nuestra localización, productos, política...

### 18.4 FORMA DE CONTRATACIÓN

En cuanto a la forma de contratación de nuestro futuro empleado, hemos optado por el **Contrato de Obra y Servicio**.

Creemos que es la modalidad de contrato que más se adaptará a las necesidades del empleado que buscamos.

Ya que en un principio, no será un trabajador fijo, porque es de duración incierta

#### CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO (adaptado a nuestras condiciones de trabajo)

##### Jornada y duración:

- Podrá ser a tiempo completo o a tiempo parcial, en nuestro caso será a tiempo completo; la jornada completa.

##### Formalización:

- El contrato, y en su caso las prórrogas, se comunicarán al Servicio Público de Empleo en los 10 días siguientes a su contratación.
- El contrato se formalizará siempre por escrito, y deberá especificar con precisión y claridad el carácter de la contratación e identificar suficientemente la obra o el servicio que constituya su objeto, la duración del contrato así como el trabajo a desarrollar.

##### Otras características:

- Una vez acabado el periodo de este contrato, que será como máximo de un año, este contrato pasará a ser un **contrato de duración indefinida**. Es decir, se convertirá en un trabajador fijo para nuestro establecimiento, en caso de que éste, se adaptara a nuestras condiciones de trabajo. De esta manera nos beneficiaremos de las ayudas que proporciona este tipo de contrato.

## **18.5 MODALIDAD DE CONTRATO: CONTRATO DE OBRA O SERVICIO**

**CONVENIO COLECTIVO:**( La información que viene a continuación es general del convenio, lo subrayado es lo que concierne a nuestro negocio).

**RESOLUCIÓN DE 2 DE MARZO DE 2006, DEL SERVICIO PROVINCIAL DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO, POR LA QUE SE DISPONE LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO Y PUBLICACION DEL TEXTO DEL CONVENIO COLECTIVO LABORAL DEL SECTOR DE HOSTELERÍA DE LA PROVINCIA DE ZARAGOZA PARA LOS AÑOS 2005, 2006 Y 2007, Y TABLAS SALARIALES PROVISIONALES PARA EL AÑO 2006.**

VISTO el texto del Acta de la reunión de la Comisión Negociadora del Convenio Colectivo sectorial por el que se acuerda la aprobación del texto del Convenio Colectivo del Sector de la Hostelería de la provincia de Zaragoza para los años 2005 a 2007 (Código de Convenio 44/0014/5), suscrita el día 27 de Febrero de 2006, de una parte por un representante de la Asociación Empresarial Provincial de Hostelería de la provincia de Zaragoza, en representación de las empresas del sector, y de otra por dos representantes del sindicato U. G. T. (Unión General de Trabajadores), y tres representantes del sindicato C.C.O.O. (Comisiones Obreras), en representación de los trabajadores, y cuatro representantes de la Asociación Empresarial de Hostelería de la provincia de Zaragoza, en representación de los empresarios del Sector, de conformidad con lo dispuesto en el art. 90.2 y 3 del Real Decreto 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y en el Real Decreto 1040/1981, de 22 de mayo, sobre Registro y Depósito de Convenios Colectivos de Trabajo, El Servicio Provincial de Economía, Hacienda y Empleo de Zaragoza;

ACUERDA:

Primero.- Ordenar su inscripción en el Registro de Convenios Colectivos de esta Subdirección Provincial de Trabajo de Zaragoza, con notificación a la Comisión Negociadora.

Segundo.- Disponer su publicación en el "Boletín Oficial" de la Provincia de Zaragoza.

Zaragoza, 2 de marzo de 2006.-El Jefe del Servicio Provincial de Economía, Hacienda y Empleo, Antonio Catalán Martín.

**ACTA FINAL DE LA REUNIÓN CELEBRADA EN ZARAGOZA EL 27 DE FEBRERO DE 2006 POR LA COMISIÓN NEGOCIADORA DEL CONVENIO COLECTIVO PROVINCIAL DEL SECTOR DE HOSTELERÍA DE LA PROVINCIA DE ZARAGOZA.**

En Zaragoza, cuando son las 11'00 horas del 27 de febrero de 2006, se reúne la comisión Negociadora del Convenio Colectivo del sector de la Hostelería de

la Provincia de Zaragoza, en la sede de la Asociación Empresarial Provincial de Hostelería de Zaragoza, con la finalidad de proceder a la firma del convenio.

Asisten a la reunión las personas que a continuación se relacionan, en representación de las organizaciones, que así mismo se especifican:

Unión General de Trabajadores (UGT):

D. José Antonio Saz Cuellar.

D. Miguel Lerma Rodríguez.

Comisiones Obreras (CC.OO.):

D. Tomás Franco Martínez.

D. Rubén Jiménez Castellot.

D. Emilio Alloza Díez.

Asociación Empresarial de Hostelería de Zaragoza:

D. Fernando Cánovas Pérez de la Blanca.

D. Jesús Barber Rodríguez.

D. Víctor Hinojosa Luna.

D. Andrés A. Tobajas Galve (asesor).

Se inicia la reunión y tras la lectura del texto del convenio se ACUERDA:

1º Proceder a la firma del texto del Convenio de Hostelería de la Provincia de Zaragoza, que tendrá una vigencia de tres años, del 1 de enero de 2005 al 31 de diciembre de 2007.

2º Facultar al representante de CC.OO. Rubén Jiménez Castellot, para que presente este Acta con la documentación que se acompañe, ante la Subdirección Provincial de Trabajo del Departamento de Economía, Hacienda y Empleo de la Diputación General de Aragón, a los efectos de registro, depósito y posterior publicación en el Boletín Oficial de la Provincia de Zaragoza, del Convenio de Hostelería de la Provincia de Zaragoza, conforme a lo dispuesto en el artículo 90.2 del R.D. Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, artículos 2º y 6º del R.D. 1040/1981, de 22 de mayo, sobre Registro y Depósito de Convenios Colectivos de Trabajo, y disposiciones complementarias y concordantes.

No habiendo más asuntos que tratar se levanta la sesión, siendo las 11'30 horas del día arriba indicado, firmando en prueba de conformidad, todos los asistentes, miembros de la Comisión Negociadora.

CONVENIO COLECTIVO LABORAL PARA EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA DE LA PROVINCIA DE ZARAGOZA PARA LOS AÑOS 2005, 2006 Y 2007.

**Art. 1.- Ámbito funcional.**

El presente Convenio obliga a todas las empresas tanto físicas como jurídicas, que incluidas dentro de su ámbito territorial, se dediquen a las actividades de hostelería y desarrollen la misma en los establecimiento e instalaciones recogidos en el art. 4 del III

**ACUERDO LABORAL DE ÁMBITO ESTATAL PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA**, publicado en el BOE con fecha 5 DE MAYO DE 2005, aun cuando

el domicilio central de la empresa radique fuera de este territorio.

No será de aplicación a las Residencias, Clubs o Centros Geriátricos para la tercera edad.

Afecta este Convenio a todos los trabajadores que figuren nominados en los artículos 16 y 18 del Acuerdo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006

Hostelería, así como a los trabajadores que con categorías distintas a las comprendidas en los mencionados artículos que se recogen en el Anexo I del presente Convenio, sea cual fuere la modalidad de su Contrato de Trabajo.

**Art. 2.- Ámbito territorial.**

El presente Convenio Colectivo de Trabajo será de aplicación en todo el territorio de la Provincia de Zaragoza.

**Art. 3.- Ámbito temporal.**

Las condiciones de este Convenio surtirán efecto desde el 1 de Enero de 2005, hasta el 31 de Diciembre del año 2007.

**Art. 4.- Salario base.**

Salario Base es el que se establece por niveles en el Anexo II, devengándose por mes natural.

Los trabajadores a los que, conforme a las disposiciones vigentes, les corresponda salario mensual, se les abonará en cuantía fija, cualquiera que sea el mes que se devengue, y a aquellos otros que de acuerdo con tales disposiciones les corresponda salario diario, se les abonará en cuantía variable y a prorrata según el número de días naturales del mes en que se devengue.

Cada nivel salarial se aplicará a los trabajadores que ostenten alguna de las Categorías Profesionales relacionadas junto al nivel respectivo en el Anexo I.

Tal salario se computará para el cálculo de antigüedad, gratificaciones extraordinarias, nocturnidad y horas extraordinarias.

**Art. 5.- Incremento salarial.**

Para el año 2.005, se establece un incremento salarial equivalente al 4,7%, resultado de aplicar el IPC real de 2005 más 1, dando lugar a las Tablas Salariales que figuran como Anexo II del Presente Convenio. Para el año 2.006 y 2.007 se establece un incremento salarial equivalente al IPC previsto más 1 punto respectivamente para cada año.

**Art. 6.- Revisión salarial.**

Para los años 2006 y 2007 se efectuará si procede, una revisión salarial que tendrá como finalidad garantizar que el incremento de los salarios durante estos años, sea del IPC resultante a 31 de diciembre en relación a 31 de diciembre del año anterior más 1 punto.



Estas revisiones salariales se efectuarán tan pronto se constate oficialmente esta circunstancia.

Para los años 2006 y 2007, la revisión salarial sí procede, se abonará con efectos retroactivos al 1 de enero de cada año, en una sola paga que se hará efectiva durante el primer trimestre del año siguiente.

**Art. 7.- Plus de transporte.**

Se establece un Plus de Transporte, en cuantía fija e igual para cualquiera que sea la Categoría Profesional, de 1,83 €/día. Dicha cantidad se devengará por día efectivamente trabajado.

Esta cantidad se incrementará cada año de vigencia sobre la base de lo pactado del incremento salarial, así como las correspondientes revisiones salariales.

**Art. 8.- Gratificaciones extraordinarias.**

El personal sujeto al presente Convenio tendrá derecho a percibir tres Gratificaciones Extraordinarias:

una el 30 de junio, otra el 12 de octubre y otra el 20 de diciembre.

**Art. 9.- Antigüedad.**

El complemento personal de Antigüedad se aplicará sobre el Salario Base correspondiente a la Categoría de Camarero de 1995, con independencia de la Categoría Profesional del trabajador afectado, y consistirá en las siguientes cantidades mensuales:

- Un 3% al cumplirse tres años: 15'54 €
- Un 8% al cumplirse seis años: 41'43 €
- Un 16% al cumplirse nueve años: 82'87 €
- Un 25% al cumplirse quince años: 129'48 €
- Un 35% al cumplirse veinte años: 181'27 €

No obstante, aquellos trabajadores que a fecha 1 de enero de 1995 que vinieran percibiendo como Complemento de Antigüedad una cantidad mayor que la indicada anteriormente, la mantendrán invariable hasta la finalización de la relación laboral.

**Art. 10.- Horas extraordinarias.**

Ante la grave situación de paro existente y con objeto de favorecer la creación de empleo, ambas partes acuerdan la supresión de las Horas Extraordinarias Habituales.

Respecto a las restantes horas extraordinarias no habituales, ambas partes acuerdan la conveniencia de reducirlas al mínimo indispensable, abonándolas a razón de 8,37 €/hora independientemente de cual sea la Categoría Profesional del trabajador afectado, durante el año 2005.

Se consideran Horas Extraordinarias Estructurales las necesarias para pedidos imprevistos, períodos punta de producción, ausencias imprevistas, cambio de turno y otras circunstancias de carácter estructural.

Para los años 2006 y 2007 el precio de hora extraordinaria se incrementará con los mismos criterios establecidos para el incremento salarial.

**Art. 11.- Nocturnidad.**

La nocturnidad es un complemento económico que corresponde cobrar a todos aquellos trabajadores que toda o parte de su jornada esté comprendida entre las 0'00 horas y las 6'00 horas de la mañana.

Este complemento será del 30% del Salario Hora diurna del trabajador, calculado de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} &\text{Salario Base x 12} \\ &\text{Salario hora diurna} = \frac{\text{-----}}{\text{Horas anuales}} \\ &\text{Hora nocturna} = \text{Salario hora diurna x 30\%.} \end{aligned}$$

En cualquier caso, se respetarán las condiciones y derechos adquiridos a aquellos trabajadores que con anterioridad a la publicación del presente Convenio, vinieran disfrutando en relación al horario nocturno comprendido entre las 22 horas y las 6 horas.

BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006 8

**Art. 12.- Desplazamientos.**

En el supuesto de que se presten servicios esporádicamente fuera de la localidad del centro de trabajo, la empresa proporcionará a éste Manutención y Alojamiento, y en su defecto le abonará durante el año 2005 la cantidad de:

- 11,51 € al día en concepto de media dieta.
- 30,56 € al día en concepto de dieta entera.

Para los años 2006 y 2007 el precio se incrementará con los mismos criterios establecidos para el incremento salarial.

**Art. 13.- Traslados.**

Cuando habiéndose autorizado el traslado de un trabajador a un Centro de Trabajo distinto de la misma empresa, que exija cambio de residencia, y aquel optara, conforme al artículo 40.4 del Estatuto de los Trabajadores, por dicho traslado, percibirá como compensación por gastos una mensualidad íntegra de la media de las 3 nóminas anteriores a dicho traslado, excluyendo de las mencionadas nóminas las cantidades, si las hubiera, en concepto de horas extraordinarias. En el caso de que la empresa abone mensualmente las pagas extraordinarias, éstas se incluirán dentro del cálculo, en el supuesto de que no tenga familiares a sus expensas, o dos mensualidades en el caso de que sí los tenga. Así mismo, la empresa facilitará alojamiento y en su defecto o cuando el trabajador viniera habitualmente disfrutando la vivienda familiar a su cargo, le compensará en metálico la diferencia resultante en su caso entre la renta real o imputada de la vivienda que venda en la localidad de procedencia y la correspondiente a otra, de características similares a aquella, en la localidad de destino.

**Art. 14.- Jornada Laboral.**

Para el año 2005 la jornada anual será de 1810 horas.

La duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo, como norma general, será de 40 horas semanales de promedio en cómputo anual.

No obstante, por razones técnicas, organizativas, o de producción, la empresa podrá fijar una jornada irregular, siempre y cuando se notifique documentalmente al trabajador las horas realizadas mes a mes. En cualquier caso, la jornada máxima diaria será de 9 horas y la jornada anual máxima la indicada en este artículo para cada uno de los años.

El modelo de Comunicación al trabajador, será el que se refleja en el Anexo III del presente Convenio.

En la jornada de trabajo de carácter partido tendrá cada fracción un máximo de cinco horas y un mínimo de tres horas.

Para el año 2006 y 2007 la jornada anual será de 1.802 horas.

La reducción de 8 horas en relación al 2005 se concreta en disponer de 1 día de asuntos propios que el trabajador deberá solicitar con un preaviso por escrito de 7 días naturales, a la empresa.

Por tanto los años 2006 y 2007, y como consecuencia de las distintas reducciones efectuadas, todos los trabajadores, además del día de asuntos propios, disfrutarán de dos días de descanso, cuyo disfrute de éstos dos días, será pactado entre empresa y trabajador

**Art. 15.- Descanso semanal.**

Todos los trabajadores tendrán derecho a un descanso mínimo semanal equivalente a jornada y media ininterrumpida.

**Art. 16.- Vacaciones y festivos anuales.**

Los trabajadores afectados por el presente Convenio disfrutarán de unas Vacaciones anuales de treinta días naturales.

Los trabajadores que no lleven un año en la empresa disfrutarán de un número de días proporcional al tiempo trabajado.

Se consideran como días efectivamente trabajados a efectos de vacaciones y festivos aquellos en que el Trabajador se halle en situación de I.T. Las empresas tendrán la obligación de elaborar un Calendario de vacaciones y festivos con 2 meses de antelación, salvo en los establecimientos de temporada.

Los trabajadores deberán conocer con 2 meses de antelación las fechas de disfrute de las vacaciones y festivos.

Las vacaciones serán abonadas conforme al promedio obtenido por el trabajador en los 3 últimos meses anteriores a la fecha del comienzo de las mismas, por los conceptos de: salario base, complementos personales, de puesto de trabajo y de calidad de trabajo, todo ello en jornada ordinaria.

Las trabajadoras embarazadas tendrán prioridad, si lo desean, en disfrutar las vacaciones y festivos acumulándolas inmediatamente antes o después del proceso de I.T. por maternidad o adopción.

El empresario podrá excluir como período vacacional el mes y medio que coincida con la mayor actividad productiva estacional de la empresa, previa consulta con los representantes legales de los trabajadores.

En el caso de que el trabajador fuera hospitalizado y coincidan días de hospitalización con el disfrute de días de vacaciones, éstas se verán suspendidas en los días que dure dicha hospitalización. Los días suspendidos tendrán que ser disfrutados en fecha fijada de mutuo acuerdo entre empresa y trabajador.

### **Disfrute continuado de vacaciones y festivos:**

Los 30 días vacaciones y los 14 días festivos anuales, considerados como festivos abonables y no recuperables sólo podrán disfrutarse divididos en dos períodos como máximo, salvo pacto entre empresa y trabajador.

### **Art. 17.- Licencias retribuidas.**

Se establecen en la forma siguiente:

- 17 días naturales en caso de matrimonio.
- 3 días naturales en caso de nacimiento de hijo.
- 3 días naturales en caso de fallecimiento de cónyuge, padres, padres políticos o hermanos. - El tiempo indispensable, debidamente justificado,

por razón de exámenes.

- Por matrimonio de padres, hijos o hermanos del trabajador, bien sea por afinidad o consanguinidad, 1, 2 ó 3 días naturales según que la boda tenga lugar en la ciudad de residencia del trabajador, en otra localidad de la provincia o fuera de los límites de la misma, respectivamente.
- 16 horas anuales, para consulta médica en Ambulatorio o Centro de Especialidades de la Seguridad Social.

En los permisos no regulados en este artículo, se aplicará la legislación vigente en cada momento.

### **Art. 18.- Excedencia.**

Los trabajadores podrán solicitar la Excedencia Voluntaria por un plazo mínimo de 2 años y no mayor de cinco. Para reingresar el excedente, se requiere que lo solicite con dos meses de antelación, estando obligada la empresa a readmitirlo en el plazo máximo de cinco meses a contar desde la fecha de la solicitud.

Se concederá Excedencia por el nacimiento de hijos a cualquiera de los cónyuges, en el supuesto de que se acredite que ambos trabajan, por cada hijo nacido vivo, y para el cuidado del mismo, pudiendo solicitarse por un plazo de hasta tres años.

La empresa admitirá obligatoriamente a los trabajadores que soliciten este tipo de excedencia a la finalización de la misma.

### **Art. 19.- Trabajadores con minusválidos a su cargo.**

Los trabajadores que tuvieran a su cargo hijos o cónyuge minusválidos, tendrán derecho preferente para la elección de horario de trabajo, descanso semanal y vacaciones.

**Art. 20.- Salud maternal.**

En caso de encontrarse en período de gestación y siempre que exista riesgo para el feto o la madre, circunstancia debidamente acreditada médicamente, se adecuará el trabajo a realizar por la trabajadora de acuerdo con las circunstancias físicas de la gestante y de las necesidades de la empresa.

**Art. 21.- Indemnizaciones.**

Cuando a consecuencia de accidente de trabajo o enfermedad profesional un trabajador falleciese o fuese declarado en situación de Incapacidad Permanente Total, Incapacidad Absoluta, o Gran Invalidez, la empresa indemnizará a dicho Trabajador con la cantidad de:

**Año 2005: 17.910,16 €**

**Año 2006: 19.314,50 €**

**Año 2007: IPC previsto más 1 punto.**

En caso de fallecimiento de un trabajador a causa de enfermedad común o accidente no laboral, la empresa indemnizará a su viuda/o o beneficiarios, en su caso con el importe de una mensualidad de **Salario Base**.

Las cantidades pactadas para los años 2005 y 2006, así como la resultante para el año 2007, de acuerdo con lo establecido, en ningún caso serán objeto de la revisión prevista en el artículo 6 del presente convenio.

**Art. 22.- Manutención.**

Todos los trabajadores del sector que presten sus servicios en establecimientos con servicio de comidas tendrán derecho, como complemento salarial en especie, a recibir con cargo a la empresa, a la manutención.

Este complemento en especie de manutención, para el año 2005, podrá sustituirse por opción del trabajador mediante la entrega de 51,15 € mensuales.

Para los siguientes años de vigencia se aplicará el mismo criterio que para el incremento salarial.

En los establecimientos que no dispongan de servicio de comidas, no existirá el derecho a percibir este complemento, salvaguardando los derechos adquiridos de aquellos trabajadores que vinieran percibiendo este complemento.

**Art. 23.- Ropa de trabajo.**

Se entenderá por ropa de trabajo aquellas prendas, sean principales o accesorias, que con determinadas características deba llevar el trabajador por exigencia de la empresa.

La empresa vendrá obligada a proporcionar a su personal los uniformes y ropa de trabajo, en los términos que anteceden, o en caso contrario a su compensación en metálico.

En caso de que la empresa no facilite la ropa de trabajo, el trabajador no podrá ser sancionado por no ir uniformado.

**Art. 24.- Especialidades en las modalidades de contratación.**

A: CONTRATO DE RELEVO: Tiene como objeto la contratación de trabajadores para ocupar el puesto dejado vacante de forma parcial por el trabajador que decida solicitar la jubilación parcial, sobre la base de lo regulado para este supuesto.

B: CONTRATO A TIEMPO PARCIAL: Se regirán por lo dispuesto en el artículo 12 de La Ley del Estatuto de los Trabajadores y demás normativa de desarrollo, con las siguientes excepciones:

Se podrá concertar, cuando las horas a realizar no superen el 77 % de la jornada establecida en el presente Convenio.

La distribución de la jornada, así como el horario de trabajo, en caso de no aparecer en el Contrato de Trabajo, la empresa deberá proporcionarlo por escrito al trabajador.

C: CONTRATOS FIJOS DISCONTINUOS: Se regirán expresamente por lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y demás normas de desarrollo.

D: CONTRATACIÓN EVENTUAL: Las contrataciones efectuadas al amparo de lo previsto en el artículo 15.1.b). del Texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobados por R.D.

Legislativo 1/1995, modificado por el R.D.-Ley BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006 10

5/2001 y por la Ley 12/2001, podrán concertarse por una duración máxima de doce meses, dentro de un período de dieciocho meses contados a partir de la fecha de concertación del contrato inicial.

E: CONTRATACIÓN INDEFINIDA: Valoramos como positiva y beneficiosa para ambas partes la estabilidad en el empleo. Con el fin de comenzar a contribuir a la consecución de este objetivo, se acuerda que, a partir de la fecha de publicación del presente convenio, el mínimo de trabajadores con contrato indefinido en las empresas será el indicado en la siguiente tabla:

- Empresas entre 6 y 9 trabajadores: mínimo 2 contrato indefinido.
- Empresas entre 10 y 15 trabajadores: mínimo 4 contratos indefinidos.
- Empresas entre 16 y 20 trabajadores: mínimo 5 contratos indefinidos.
- Empresas de más de 20 trabajadores: mínimo 30% de los contratos indefinidos.

F: ENCADENAMIENTO DE CONTRATOS:

1.- La reiteración durante más de 2 campañas en actividades estacionales con el mismo trabajador, deberá dar lugar a la consideración de fijo-discontinuo.

2.- Todos aquellos trabajadores que presten servicios para la empresa con contratos eventuales y/o de obra o servicio durante 18 meses en un periodo de 24 meses pasarán a ser fijos en plantilla.

G: Preaviso por finalización de contratos:

El empresario en los contratos suscritos con una duración prevista de más de tres meses, deberá reavisar al trabajador su finalización por escrito, con una antelación de 15 días, en el caso de no preavisar se penalizará a la empresa con el abono de un día de salario del trabajador, por cada día de retraso.

H: Periodo de prueba:

El periodo máximo de prueba será de 30 días para todos los trabajadores.

I: Indemnización por finalización de contrato:

El trabajador que finalice un contrato temporal, a excepción de los contratos de sustitución, percibirá como indemnización 10 días por año o su parte proporcional por mes trabajado, salvo que el trabajador rechace la renovación del contrato.

**Art. 25.- Contratos formativos.**

Se regirán por lo dispuesto en el artículo 11 de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y demás normativa de desarrollo, con las siguientes excepciones:

**CONTRATO EN PRÁCTICAS:**

Tiene como finalidad facilitar la obtención de la práctica profesional adecuada al nivel de estudios cursados por los trabajadores con título universitario o de formación profesional de grado medio o superior.

No podrá concertarse por un tiempo superior a 2 años.

La retribución del trabajador será el 90% durante el primer año de duración del contrato y el 95% durante el segundo del salario fijado en este Convenio para un trabajador que desempeñe el mismo o equivalente puesto de trabajo.

**CONTRATO DE FORMACIÓN:**

Tiene por objeto la adquisición de la formación teórica y práctica necesaria para el desempeño adecuado de un oficio o de un puesto de trabajo que requiera un determinado nivel de cualificación.

No podrá concertarse por un período superior a 2 años.

Las empresas podrán concertar un número máximo de contratos para la formación, en función del número de trabajadores por centro de trabajo establecido legalmente.

Las retribuciones de los trabajadores contratados en formación, en proporción al tiempo de trabajo efectivo realizado, serán las siguientes:

Año 2005

Primer año de contrato 518,26 € mensuales.

Segundo año de contrato 607,26 € mensuales.

**Art. 26.- Fomento de la contratación indefinida.**

Con la finalidad de fomentar la contratación indefinida en el ámbito de aplicación del presente Convenio, todos los contratos de trabajo temporales, acogidos a cualquier modalidad, independientemente de su fecha de concertación, podrán acogerse a la conversión en indefinidos según lo determinado en la legislación vigente en cada momento, referida a los contratos para el fomento de la contratación indefinida.

**Art. 27.- Servicios extras.**

Se consideran servicios extraordinarios en Hostelería aquellos que por las especiales características de su prestación, breve duración, carácter irregular y número de comensales, como banquetes, cócteles, celebraciones sociales, etc., no pudieran ser prestados por los trabajadores ligados a la empresa, haciendo necesaria la contratación de trabajadores ajenos a la misma al efecto de prestar tal servicio extraordinario.

Forma del Contrato: El contrato concertado para la prestación de Servicios Extras no requerirá forma escrita.

Condiciones salariales:

Los Servicios Extras se pagarán en la cuantía de 34,02 € por servicio durante el año 2006. Para el 2007 se aplicará el incremento pactado para el resto de aspectos salariales.

En esta cuantía se entenderán incluidas todas las cantidades, tanto salariales como extrasalariales, a que el trabajador tenga derecho por su trabajo, incluidas las de vencimiento periódico superior al mes. Esta cantidad variará en el mismo porcentaje

que se acuerde en el resto de la negociación colectiva.

Duración del Servicio a efectos de cotización:

Los Servicios Extras tendrán una duración a efectos de cotización de 4 horas por servicio. BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006 11

Seguimiento y control: Para poder efectuar el seguimiento y control de este sistema, la Comisión Paritaria estará facultada para la solicitar a la Tesorería Territorial de la Seguridad Social información respecto a la utilización del sistema especial de cotización de Servicios Extras en Hostelería.

Comidas: En los Servicios Extras de Almuerzo o Cena, la comida será facilitada por la empresa en los 15 minutos anteriores o posteriores a la celebración del mismo.

Ropa de Trabajo: Cuando la empresa exija un uniforme de trabajo distinto de los habituales (chaqueta blanca, smoking o similar), vendrá obligada a proporcionar dicha prenda.

Montaje y puesta a punto del servicio: Corresponde a la empresa la carga, descarga y montaje general del mobiliario y menaje, siendo función de los trabajadores extras la puesta a punto del servicio y desbarase, realizado este según la costumbre de cada establecimiento.

#### **Art. 28.- Autodenuncia del Convenio.**

Ambas partes se comprometen a iniciar negociaciones de cara a la firma del próximo Convenio en fecha oportuna, de común acuerdo, con lo que se entiende automáticamente denunciado el presente Convenio sin necesidad, por tanto, de comunicación al órgano de la Administración competente, ni a ninguna de las partes.

#### **Art. 29.- Comisión Paritaria.**

Se constituye una Comisión Paritaria de Interpretación del presente Convenio, en la que actuará como Presidente el que designen las partes.

Dicha Comisión quedará integrada por seis Vocales titulares, tres por parte Sindical y tres por parte Empresarial.

Ostentará el cargo de Secretario de Comisión un miembro de la misma, que será nombrado específicamente para cada sesión. Asimismo, podrá hacerse uso por cualquiera de las partes de asesores, con voz pero sin voto. Como funciones de esta Comisión se señalan las siguientes,

1 - Interpretación de las Cláusulas del presente Convenio.



2 - Arbitraje encaminado a dilucidar las cuestiones sometidas por ambas partes, que se deriven de la aplicación del mismo.

3 - La observancia del cumplimiento de lo pactado, tanto por parte de las empresas como por parte de los trabajadores.

4 - Cualesquiera otras funciones que, en su caso, le corresponda conocer conforme a la legislación vigente en cada momento, en materia de Negociación Colectiva.

**Art. 30.- Garantías.**

El cómputo de las horas a las que se refiere el apartado e) del artículo 68 del Estatuto de los Trabajadores, será anual, pudiéndose acumular de un mes a otro y entre Delegados.

**Art. 31.- Jubilación especial a los 64 años.**

Los trabajadores afectados por el presente Convenio podrán acogerse a la Jubilación Anticipada a los 64 años de edad, en los términos y condiciones establecidas en el Real Decreto 1.194/1985, de 17 de julio.

No obstante, en el supuesto de que el empresario afectado por dicha jubilación no estuviera interesado en la misma, deberá ponerlo en conocimiento de la Comisión Paritaria del Convenio y exponer ante la misma las razones o causas por las que no está conforme con dicha jubilación.

La Comisión, a la vista de las razones alegadas por el empresario, resolverá, previos los trámites que estime necesarios, sobre la procedencia de la misma.

**Art. 32.- Jubilación anticipada.**

Como fomento a la jubilación anticipada, las empresas abonarán a los trabajadores que opten por ella, y lleven como mínimo 10 años de antigüedad en la empresa, las cuantías indicadas en la siguiente tabla:

**Año 2005**

A los 60 años de edad: 5.739'67 euros  
(955.000 ptas.)

A los 61 años de edad: 5.048'50 euros  
(840.000 ptas.)

A los 62 años de edad: 4.357'34 euros  
(725.000 ptas.)

A los 63 años de edad: 3.215'41 euros  
(535.000 ptas.)

A los 64 años de edad: 2.524'25 euros  
(420.000 ptas.)

Este artículo quedará derogado en la fecha de publicación del presente convenio.

**Art. 33.- Plus de Fidelidad.**

A partir de la publicación del presente convenio, los trabajadores que lleven al menos 12 años en la empresa, al cumplir los 55 años, percibirán de la misma, un plus de 55€ mensuales por 12 mensualidades al año, o la parte proporcional a la jornada trabajada. Éste plus se percibirá desde el mes que el trabajador cumpla los 55 años hasta el mes que cumpla los 60 años, siempre que permanezca en la empresa, no consolidándose esta cantidad una vez cumplidos los 60 años.

Este plus tendrá carácter salarial, y se revalorizará cada año en base al IPC real del año anterior.

Aquellos trabajadores que a la fecha de la publicación del convenio hayan superado la edad de 55 años percibirán la cantidad de 2.500 € distribuidos en tantas mensualidades como le resten hasta cumplir los 60 años. En el presente caso la cantidad de 2.500 € no tendrá revalorización anual.

BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006 12

**Art. 34.- Jubilación Parcial.**

A solicitud del trabajador, que decida jubilarse parcialmente, la empresa vendrá obligada a aceptar la solicitud y a contratar a otro trabajador a través del contrato de relevo, así como a cumplir lo establecido con carácter general para este supuesto.

**Art. 35.- Finiquito.**

El recibo de finiquito de la relación laboral entre empresa y trabajador deberá ser conforme al modelo que figura como Anexo IV del presente Convenio.

Toda propuesta de cese o preaviso deberá ir acompañada de una propuesta de finiquito en el modelo citado. Cuando se utilice como propuesta, no será preciso cumplimentar la parte que figura después de la fecha y lugar.

El recibo de finiquito, que será expedido por la Asociación Empresarial Provincial de Hostelería, de Zaragoza, tendrá validez únicamente dentro de los quince días naturales siguientes a la fecha en que fue expedido.

En los supuestos de extinción de contrato por voluntad del trabajador, no serán de aplicación los párrafos segundo y tercero de este artículo.

De los finiquitos queda expresamente excluida y por tanto no resulta afectada por la condición liberatoria, la cantidad que se devengue en virtud del carácter retroactivo de los incrementos salariales producidos por Convenio y por cláusulas de revisión salarial.

El trabajador dispondrá de un plazo de doce meses, contando a partir de la publicación en el «Boletín Oficial» de la provincia de la circunstancia que lo motive, para el ejercicio del derecho que le otorga este artículo. Así mismo, el trabajador podrá estar asistido por un representante de los trabajadores en el acto de la firma del recibo de finiquito.

**Art. 36.- Formación.**

A efectos de favorecer la Formación Profesional del personal de la empresa, los trabajadores que realicen algún curso de formación profesional, en horario distinto del ordinario de su actividad laboral, en centro legalmente reconocido y homologado para tal fin, sobre materias relacionadas con su actividad profesional, con una duración de 100 horas lectivas como mínimo, percibirán una Prima de Formación de 60 € al finalizar el curso, siempre que acredite el aprovechamiento del mismo, y sin que quepa utilizar este derecho en más de una ocasión al año, salvo consentimiento expreso de la empresa.

En caso de rescisión del Contrato de Trabajo por causa diferente al despido improcedente, producida en un plazo de un año desde la fecha de finalización del curso, el trabajador vendrá obligado a devolver las cantidades percibidas por este concepto, que podrán ser descontadas por la empresa del correspondiente finiquito.

Art. 37.- Cláusula de descuelgue.

Los compromisos en materia salarial contenidos en el presente Convenio no serán de obligatoria aplicación para aquellas empresas que acrediten fehacientemente pérdidas económicas en los dos últimos ejercicios contables previos al de vigencia de este Convenio; procediendo, en tal caso, el mantenimiento del nivel retributivo del Convenio anterior. A tal fin, la empresa en situación de pérdidas deberá solicitar de la Comisión Paritaria de Interpretación del presente Convenio la oportuna autorización, en el plazo de 45 días desde la publicación del Convenio en el «Boletín Oficial» de la provincia, justificando documentalmente la situación económica real de la Empresa en los dos últimos ejercicios, así como las previsiones de actividad para el año en curso.

En este sentido, se considerará justificación suficiente de la situación de pérdida, la aportación de la documentación presentada por las citadas Empresas ante los correspondientes Organismos Oficiales (Ministerio de Hacienda o Registro Mercantil).

La Comisión dará audiencia a la representación legal de los trabajadores o, de no existir esta, a aquellos que sean designados específicamente para este cometido.

Los representantes legales de los trabajadores o, en su defecto, las personas designadas para ello, están obligados a tratar y mantener en la mayor reserva la información recibida y los datos a los que hayan tenido acceso como consecuencia de lo establecido

en los párrafos anteriores; observando, por consiguiente, respecto de todo ello, sigilo profesional.

Concluidos los trámites anteriores, la Comisión decidirá lo que proceda, debiendo autorizar el descuelgue salarial siempre que efectivamente resulte acreditada la situación de pérdida. Si se produjera empate sobre la apreciación de la veracidad de esta circunstancia, la Comisión podrá someter la cuestión al arbitraje de un tercero elegido de mutuo acuerdo por la representación de los trabajadores y de las empresas.

### **Art. 38.- Incapacidad Temporal.**

En el caso de accidente de trabajo y siempre que este se produzca prestando servicios para la empresa, ésta complementará el subsidio que perciba el trabajador hasta alcanzar el 100% de la Base Reguladora correspondiente, desde el primer día, con el máximo de los 18 meses establecidos. Queda excluido del abono de éste complemento, el accidente que se produzca en “itinere”.

### **DISPOSICION TRANSITORIA**

Compensación y absorción. Las mejoras que se implanten en virtud del presente Convenio serán compensadas y absorbidas hasta donde alcance, en cómputo global, por las que puedan establecerse en el futuro mediante Disposiciones Legales. Las mejoras concedidas con anterioridad al mismo por las empresas, quedan absorbidas, asimismo en cómputo global y hasta donde alcance, por el presente Convenio.

Condiciones más beneficiosas. Se respetarán las condiciones personales que, con carácter global en BOP TE Número 52 16 de marzo de 2006 13

individualmente consideradas, excedan de lo pactado, manteniéndose “ad personam”.

### **DISPOSICIONES ADICIONALES**

**PRIMERA:** Convenio Regional de Hostelería de Aragón. La representación empresarial manifiesta el compromiso de estudiar, a la finalización de la vigencia del presente convenio, la posible participación de Zaragoza en la negociación de un convenio para el sector de Hostelería de ámbito Regional de Aragón. Que debería respetar, en todo caso, la regulación específica que en materias diversas pudiera contener el convenio provincial de Zaragoza.

**SEGUNDA:** Solución extrajudicial de conflictos laborales. Los firmantes del presente Convenio colectivo, acuerdan adherirse en su totalidad y sin ningún condicionante al III Acuerdo sobre Solución Extrajudicial de Conflictos Laborales de Aragón (ASECLA III ), firmado por las organizaciones sindicales(CC.OO. y U.G.T.) y las empresariales (CREA Y CEPYME-Aragón). Obligando por tanto su aplicación a las empresas y trabajadores vinculados al presente Convenio Colectivo de Hostelería de la Provincia de Zaragoza.

Las partes acuerdan en consecuencia sujetarse íntegramente a los órganos de Mediación y Arbitraje, establecidos por el Servicio Aragonés de Mediación y Arbitraje; teniendo en cuenta la integración en el mismo de los órganos específicos de mediación y arbitraje en el ámbito sectorial de hostelería.

**TERCERA:** Derecho supletorio. En todo lo no previsto en este Convenio se estará a lo dispuesto en el vigente Acuerdo Nacional para el Sector de Hostelería y demás disposiciones aplicables.

**CUARTA:** Derechos personales. Los derechos que correspondan a las personas cuyo estado civil es el de matrimonio legal, se extenderá también a las parejas que convivan en común con un mínimo de 1 año anterior a la firma de este Convenio y acrediten fehacientemente dicha convivencia mediante el pertinente Certificado expedido por el Registro de Parejas de Hecho.

**QUINTA:** Abono de atrasos. Los atrasos económicos, correspondientes a 2005 se deberán abonar con carácter retroactivo al 1 de Enero de 2005.

**SEXTA:** Faltas y Sanciones. Con carácter general se estará a lo dispuesto en el capítulo 5º “Régimen Disciplinario Laboral “ del Acuerdo Laboral de ámbito Estatal para el sector de Hostelería.

Las empresas comunicarán a los representantes legales de los trabajadores, a la vez que se comunican a los trabajadores interesados, todas aquellas sanciones que se impongan, salvo en los casos de faltas de carácter leve.

## **ANEXO I**

### **CLASIFICACIÓN PROFESIONAL**

**GRUPO PRIMERO:** Jefe de Recepción, Jefe de Restaurante, Jefe de Cocina, Jefe de Administración, Segundo Jefe de Recepción, Jefe Comercial, Primer

Conserje, Segundo Jefe de Cocina, Jefe de Catering, Segundo Jefe de Restaurante o Sala y Médico.

**GRUPO SEGUNDO:** Jefe de Sector, Administrativo, Recepcionista, Cocinero, Camarero, Conserje, Relaciones Públicas, Comercial, Jefe de Partida, Repostero, Encargado de Economato, Barman, Sumiller, Supervisor de Catering o Colectividad, Encargado General, Encargado de Sección, Encargado de Manten. y Servicios, Jefe de Equipo, Conductor de Catering, A.T.S. y Fisioterapeuta.

**GRUPO TERCERO: Ayudante de Cocina y Catering, Ayudante de Camarero, Ayudante de Camarero, Camarero/a de Pisos, Ayudante de Economato, Ayudante de Recepción y Consejería, Ayudante Administrativo, Telefonista, Especialista en Manten. y Servicios, Ayudante de Jefe de Equipo de Catering y Bañero.**

**GRUPO CUARTO:** Auxiliar de Recepción y Consejería, Auxiliar de Recepción y Consejería, Auxiliar de Recepción y Consejería, Auxiliar de Pisos y Limpieza, Auxiliar de Cocina y Catering, Auxiliar de Colectividades y Auxiliar de Mantenimiento y Servicios.

## **ANEXO II**

Tablas Salariales para el año 2005:

Salario Base Mensual

**GRUPO PRIMERO: 776,25 €**

**GRUPO SEGUNDO: 740,96 €**

**GRUPO TERCERO: 710,40 €**

**GRUPO CUARTO: 677,00 €**

**CONTRATOS DE FORMACIÓN DE 1º AÑO:**

**518,26 €**

**CONTRATOS DE FORMACIÓN DE 2º AÑO:**

**607,26 €**

## **18.6 COSTES SOCIALES DE LA EMPRESA:**

En cuanto a los costes sociales de la empresa, mensuales del primer año, debemos conocer cual es el Convenio que va a afectar al sector de nuestro negocio (hostelería), y que incluye también a nuestro futuro empleado (modalidad de camarero), que necesitamos conocer para la contratación futura de nuestro empleado.

Por esto a continuación se presenta íntegro el Convenio que nos concierne, al igual que las tablas de los costes sociales, que incluirán:

- El salario base que cobrará nuestro empleado, según convenio. El salario que cobrarán las socias en función del acordado por su condición de autónomas.

- Los costes de Seguridad Social del trabajador, correrán a cargo de la empresa, sin embargo los costes de seguridad social de las socias correrán a cargo de cada una de ellas por separado, individualmente.
- El coste unitario mensual y el coste del primer año.

**CALCULOS SOCIALES DE LOS SOCIOS AUTONOMOS**

CATEGORIA PROFESIONAL	SALARIO BASE MENSUAL (Unitario)	SEGURIDAD SOCIAL	Nº TRABAJADORES	TOTAL COSTE UNITARIO MENSUAL	TOTAL PRIMER AÑO MENSUAL
<b>SOCIAS</b>	1.019,05 €	233,35 €	3	1.019,05 €	3.057,15 €
<b>COSTE SALARIAL TOTAL ANUAL</b>				<b>42.800,10 €</b>	

El pago de Seguridad Social por parte de los socios será por cuenta propia, aportación individual de cada socia, por lo que no se pueden incluir dentro de los gastos de la Empresa.

**CALCULOS SOCIALES DEL TRABAJADOR**

CATEGORIA PROFESIONAL	SALARIO BASE MENSUAL (Unitario)	SEGURIDAD SOCIAL	Nº TRABAJADORES	TOTAL COSTE UNITARIO MENSUAL	TOTAL PRIMER AÑO
<b>GRUPO TERCERO (Camarero)</b>	710,40€	253,86€	1	964,26€	14.463,83€
<b>PLUS TRANSPORTE</b>	54,90€				54,90€
<b>COSTE SALARIAL TOTAL ANUAL</b>				<b>14.518,73€</b>	

\* En el total de el salario incluye el plus de transporte.

\* En un principio el Salario de empleado será el salario mínimo que establece el convenio, sin embargo con el paso del tiempo su sueldo se vera incrementado en función de los beneficios de la empresa.

\* El trabajador será contratado a partir del segundo año.

## 18. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La forma jurídica elegida es la Sociedad Limitada Nueva Empresa. Consta del desarrollo del Proyecto Nueva Empresa, cuyo objetivo es la estimulación de nuevas empresas, especialmente las de pequeña y mediana empresa.

La Ley intenta responder tres problemas: las dificultades de financiación, la pérdida del control de la gestión por los socios que ostentan la mayoría y los problemas y supervivencia de la sociedad derivados de la sucesión generacional.

La razón por la que se ha elegido esta forma jurídica es por distintas razones:

- Se acoge a nuestro número de socios ya que somos 3 socias.
- La responsabilidad es limitada a la aportación de capital social siendo el mínimo 3.012 euros y el máximo 120.202 euros.
- En caso de endeudamiento de la empresa, los socios solo serán responsables de los bienes aportados a la empresa, en ningún caso los socios se harán cargo con su patrimonio personal.
- Se acoge al régimen general de Autónomos.
- Ofrece el poder realiza telemáticamente los tramites correspondientes mediante el Documento Único Electrónico (DUE).
- Permite el aplazamiento del impuesto de sociedades.
- No existe un limite de trabajadores fijos.

Denominación social: García Albajez Raquel.SLNE

Fecha de inicio: 1 Septiembre de 2007.

Capital Social aportado por cada uno de los socios será de 14.000 euros.

Forma de organizar la administración:

- Un órgano pluripersonal no colegiado, donde varios administradores actuarán solidaria o conjuntamente y cuyo número no será superior a cinco.
- La junta general, por mayoría cualificada y sin que implique modificación estatutaria, la facultad de optar por cualquiera de los modos de organizar la administración de la Sociedad.
- Por varios ADMINISTRADORES SOLIDARIOS, el poder de representación corresponderá a cada uno de ellos.

La forma de repartir los beneficios: los socios recibirán su salario correspondiente, en función de la cantidad acordada según su condición de autónomos, en caso de que existieran beneficios se repartirían a partes iguales entre los socios.

Dada nuestra condición de empresa, Sociedad limitada Nueva Empresa y nuestra actividad profesional no hemos encontrado ningún tipo de subvención ya que estaba generalmente excluida.

Medidas fiscales aplicables: Por la condición de Sociedad Limitada Nueva Empresa se permite el aplazamiento de las deudas del Impuesto de Sociedades correspondientes a los dos primeros periodos impositivos concluidos desde su constitución.

A continuación vamos a presentar los **Estatutos** correspondientes de la **Sociedad Limitada Nueva Empresa**, de los cuales hemos obtenido información acerca de la forma de organización de la Administración.

### **ESTATUTOS SOCIALES DE LA SOCIEDAD MERCANTIL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA "EL TEMPLO DEL CAFÉ, S.L.N.E."**

#### I.- DISPOSICIONES GENERALES.

ARTICULO 1º.- DENOMINACION.- La Sociedad mercantil de responsabilidad limitada nueva empresa, de nacionalidad española, se denomina **García Albajez Raquel**, S.L.N.E. Se registrará por lo dispuesto en estos estatutos, en su defecto por lo dispuesto en el Capítulo XII de la ley 2/1995, de 23 de marzo, y, en lo no previsto en el mismo, por las demás disposiciones que sean de aplicación a las Sociedades de responsabilidad limitada.

ARTICULO 2º.- OBJETO.- La sociedad tiene por objeto: **La elaboración, venta, degustación de café chocolate y té.**(ver artículo 132 de la Ley 7/2003 a efectos de selección de una o más actividades de las allí descritas, y en su caso para la indicación de una actividad singular) Si alguna de las actividades enumeradas, así lo precisare, deberá ser ejercitada a través de profesionales con la titulación adecuada o, en su caso, deberá ser ejercitada previas las correspondientes autorizaciones o licencias administrativas.

ARTICULO 3º.- DURACIÓN.- La sociedad se constituye por tiempo indefinido y, dará comienzo a sus operaciones sociales el día del otorgamiento de la escritura pública de constitución.

ARTICULO 4º.- DOMICILIO.- La sociedad tiene su domicilio en **Camino de Las Torres nº 24** El órgano de administración, podrá crear, suprimir y trasladar sucursales, agencias o delegaciones en cualquier punto del territorio español o del extranjero, y variar la sede social dentro del mismo término municipal de su domicilio.

#### II.- CAPITAL SOCIAL. PARTICIPACIONES.

ARTICULO 5º.- CIFRA CAPITAL.- El capital social de la sociedad se fija en la cantidad de **42.000 EUROS**.

Dicho capital social está dividido en **420** participaciones sociales, todas iguales, acumulables e indivisibles, de **100** euros de valor nominal cada una de ellas, numeradas correlativamente a partir de la unidad del 1 al 180. **El capital ha sido aportado por las tres socias, Raquel García Albajez nacida el 12/07/1986 con domicilio en C/ Luis del Valle nº 9 1º A, con D.N.I 73090088-K, Verónica Sánchez Peralta nacida el 02/07/1978 con domicilio en C/ Gascón y Marín nº 3, 4 Drcha con D.N.I 1204216715-Q, Ainhoa Gutiérrez Comín nacida el 04/07/1987 con domicilio en C/ Capricornio nº 5 con DNI 25199473-Y por la cantidad de 14.000 euros cada una.**

#### ARTICULO 6º.- TRANSMISIONES.

A) VOLUNTARIAS POR ACTOS "INTER VIVOS".- Será libre toda transmisión voluntaria de participaciones sociales realizada por actos inter vivos, a título oneroso o gratuito, en favor de ....(otro socio, el cónyuge, o los descendientes o ascendientes del socio). Las demás transmisiones por acto inter vivos se sujetarán a lo dispuesto en la ley.

B) MORTIS CAUSA.- Será libre toda transmisión mortis causa de participaciones sociales, sea por vía de herencia o legado en favor de otro socio, en favor de cónyuge, ascendiente o descendiente del socio. Fuera de estos casos, en las demás transmisiones mortis causa de participaciones sociales los socios sobrevivientes, y en su defecto la Sociedad, gozarán de un derecho de adquisición preferente de las



## Capítulo 19: Elección de la forma jurídica

participaciones sociales del socio fallecido, apreciadas en el valor razonable que tuvieren el día del fallecimiento del socio y cuyo precio se pagará al contado; tal derecho deberá ejercitarse en el plazo máximo de tres meses a contar desde la comunicación a la Sociedad de la adquisición hereditaria. A falta de acuerdo sobre el valor razonable de las participaciones sociales o sobre la persona o personas que hayan de valorarlas y el procedimiento a seguir para su valoración, las participaciones serán valoradas en los términos previstos en los artículos 100 y siguientes de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Transcurrido el indicado plazo, sin que se hubiere ejercitado fehacientemente ese derecho, quedará consolidada la adquisición hereditaria.

C) NORMAS COMUNES.-  
1.- La adquisición, por cualquier título, de participaciones sociales, deberá ser comunicada por escrito al órgano de administración de la Sociedad, indicando el nombre o denominación social, nacionalidad y domicilio del adquirente.  
2.- El régimen de la transmisión de las participaciones sociales será el vigente en la fecha en que el socio hubiere comunicado a la sociedad el propósito de transmitir o, en su caso, en la fecha del fallecimiento del socio o en la de adjudicación judicial o administrativa.  
3.- Las transmisiones de participaciones sociales que no se ajusten a lo previsto en estos estatutos, no producirán efecto alguno frente a la sociedad.

III.- ÓRGANOS SOCIALES.  
ARTICULO 7. JUNTA GENERAL.

A) Convocatoria.- Las juntas generales se convocarán mediante correo certificado con acuse de recibo dirigido al domicilio que a tal efecto hayan comunicado los socios al órgano de administración (o mediante comunicación telemática dirigida a la dirección de correo electrónico que a tal efecto hayan comunicado los socios al órgano de administración).

B) Adopción de acuerdos.- Los acuerdos sociales se adoptarán por mayoría de los votos válidamente emitidos, siempre que representen al menos un tercio de los votos correspondientes a las participaciones sociales en que se divide el capital social, no computándose los votos en blanco. No obstante y por excepción a lo dispuesto en el apartado anterior, se requerirá el voto favorable:  
a) De más de la mitad de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes al aumento o reducción de capital social, o, cualquier otra modificación de los estatutos sociales para los que no se requiera la mayoría cualificada que se indica en el apartado siguiente.  
b) De al menos dos tercios de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes al aumento de capital social por encima del límite máximo establecido en el artículo 135 de la Ley, a la transformación, fusión o escisión de la sociedad, a la supresión del derecho de preferencia en los aumentos de capital, a la exclusión de socios, a la autorización a los administradores para que puedan dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social.

C) Si la Sociedad reuniese la condición de unipersonal el socio único ejercerá las competencias de la Junta General, en cuyo caso sus decisiones se consignarán en acta, bajo su firma o la de su representante, pudiendo ser ejecutadas y formalizadas por el propio socio o por los administradores de la sociedad.

ARTÍCULO 8º.- ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN: MODO DE ORGANIZARSE  
1.- La administración de la sociedad podrá confiarse a un órgano unipersonal (administrador único), o a un órgano pluripersonal no colegiado (varios administradores que actuarán solidaria o conjuntamente) y cuyo número no será superior a cinco.  
2.- Corresponde a la junta general, por mayoría cualificada y sin que implique modificación estatutaria, la facultad de optar por cualquiera de los modos de organizar la administración de la Sociedad.  
3.- Para ser nombrado administrador se requerirá la condición de socio.  
4.- Los administradores ejercerán su cargo por tiempo indefinido, salvo que la Junta general, con posterioridad a la constitución, determine su nombramiento por plazo determinado.  
5.- La Junta General podrá acordar que el cargo de administrador sea retribuido, así como la forma y cuantía de la retribución.

ARTÍCULO 9º.- PODER DE REPRESENTACIÓN.- En cuanto a las diferentes formas del órgano de administración, se establece lo siguiente:  
1.- En caso de que existan varios ADMINISTRADORES SOLIDARIOS, el poder de representación corresponderá a cada uno de los socios solidarios, **Raquel García Albajez, Ainhoa Gutierrez Comin, Verónica Sánchez Peralta.**

ARTÍCULO 10º.- FACULTADES.- Al órgano de administración corresponde la gestión y administración

## Capítulo 19: Elección de la forma jurídica

---

social, y, la plena y absoluta representación de la sociedad, en juicio y fuera de él. Por consiguiente, sin más excepción que la de aquellos actos que sean competencia de la junta general o que estén excluidos del objeto social, el poder de representación de los administradores y las facultades que lo integran, deberán ser entendidas con la mayor extensión para contratar en general y para realizar toda clase de actos y negocios, obligacionales y dispositivos, de administración ordinaria o extraordinaria y de riguroso dominio, respecto de cualquier clase de bienes muebles, inmuebles, acciones y derechos.

IV.- EJERCICIOS, CUENTAS ANUALES.

ARTÍCULO 11º.- EJERCICIO SOCIAL.- El ejercicio social comienza el uno de Enero y finaliza el treinta y uno de Diciembre de cada año. El primer ejercicio social comenzará el día del otorgamiento de la escritura pública de constitución de sociedad y finalizará el día treinta y uno de Diciembre de ese mismo año.

ARTÍCULO 12º.- CUENTAS ANUALES.-

1.- El órgano de administración, en el plazo máximo de tres meses, contados a partir del cierre del ejercicio social, formulará las cuentas anuales con el contenido establecido legal o reglamentariamente.  
2.- En cuanto a la forma, contenido, descripción, partidas, reglas de valoración, verificación, revisión, información a los socios, aprobación, aplicación de resultados, y depósito de las cuentas anuales en el registro mercantil, se estará a lo dispuesto en la legislación aplicable.

V.- CONTINUACIÓN DE OPERACIONES COMO SOCIEDAD LIMITADA. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO 13º.- CONTINUACIÓN DE OPERACIONES COMO SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

La sociedad podrá continuar sus operaciones sociales como sociedad de responsabilidad limitada general con los requisitos establecidos en el artículo 144 de su ley reguladora.

ARTÍCULO 14º.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-

La Sociedad se disolverá por las causas legalmente establecidas, rigiéndose todo el proceso de disolución y liquidación por su normativa específica, y en su defecto por las normas generales. Decidida la disolución y producida la apertura del periodo de liquidación, cesarán en sus cargos los administradores vigentes al tiempo de la disolución, los cuales quedarán convertidos en liquidadores, salvo que la Junta General, al acordar la disolución, designe otros liquidadores en número no superior a cinco.

VI.- DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS.

ARTÍCULO 15º.- Toda cuestión que se suscite entre socios, o entre éstos y la sociedad, con motivo de las relaciones sociales, y sin perjuicio de las normas de procedimiento que sean legalmente de preferente aplicación, será resuelta ... (a elegir en el lugar del domicilio social y por arbitraje, formalizado con arreglo a las prescripciones legales).

## 19. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO					
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
ARRENDAMIENTO	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	5.040,00 €
PRESTAMOS BANCARIO	485,65 €	485,65 €	485,65 €	485,65 €	1.942,60 €
SUMINISTROS					
LUZ Y GAS		250,00 €		250,00 €	500,00 €
OTROS SERVICIOS					
TELEFONO	39,07 €	39,07 €	39,07 €	39,07 €	156,28 €
AGUA	56,15 €	56,15 €	56,15 €	56,15 €	224,60 €
OTROS APROVISIONAMIENTOS					
VASOS DE LLEVAR	54,08 €	54,08 €	54,08 €	54,08 €	
CUCHARAS PARA LLEVAR (1000 UNI.)	10,25 €	10,25 €	10,25 €	10,25 €	
TAPAS (1000 UNIDADES)	35,31 €	35,31 €	35,31 €	35,31 €	
SERVILLETAS	25,20 €	25,20 €	25,20 €	25,20 €	
LIMPIEZA	10,00 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €	
LECHE	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	
AZUCAR (1000 UND.)	14,00 €	14,00 €	14,00 €	14,00 €	
SACARINA (7 CAJAS de 150 UND)	24,50 €	24,50 €	24,50 €	24,50 €	
CREMA	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	
TOTAL	288,34 €	288,34 €	288,34 €	288,34 €	1.153,36 €
BOLSAS					
3 PAQUETES BOLSAS (260 X 100 X 330)	90,75 €				
3 PAQUETES BOLSAS (260 X 100 X 440)	110,85 €				
TOTAL	233,86 €	233,86 €	233,86 €	233,86 €	935,42 €
ENVASES	742,40 €	742,40 €	742,40 €	742,40 €	2.969,60 €
PROVEEDORES CAFÉ	622,15 €	622,15 €	622,15 €	622,15 €	2.488,60 €
PROVEEDORES TE	398,04 €	398,04 €	398,04 €	398,04 €	1.592,16 €
PROVEEDORES CHOCOLATE	586,79 €	586,79 €	586,79 €	586,79 €	2.347,16 €
SUELDOS Y SALARIOS	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €	12.228,60 €
SEGUROS	372,60 €				372,60 €
DOTACIÓN A LA AMORTIZACIÓN					
<b>TOTAL GASTOS MENSUALES</b>	<b>8.142,20 €</b>	<b>8.019,60 €</b>	<b>7.769,60 €</b>	<b>8.019,60 €</b>	<b>31.950,98 €</b>

**CONSUMOS**

<b>CAFE</b>		
<b>KILOS MES</b>	300	
<b>KILOS A CONSUMIR</b>	264 KILOS	13 VARIETADES
<b>MEDIA POR KILO</b>	20,31 €	POR KILO
<b>MEDIA POR GRAMOS</b>	5,08 €	POR 250 GRAMOS
<b>DISTRUBUCIÓN</b>		
<b>VENTAS</b>	264	KILOS MENSUAL
<b>CEFETERIA</b>	24	KILOS MENSUAL
<b>DEGUSTACIÓN</b>	12	KILOS MENSUAL

**CÁLCULO DE COSTES**

	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 1º AÑO	TOTAL 2º AÑO	TOTAL 3º AÑO
<b><u>COSTES VARIABLES</u></b>							
OTROS APROVISIONAMIENTOS	288,34 €	288,34 €	288,34 €	288,34 €	1.153,36 €	3.494,68 €	3.529,63 €
ENVASES Y EMBALAJES	976,26 €	976,26 €	976,26 €	976,26 €	3.905,04 €	11.832,27 €	11.950,59 €
PROVEEDORES CAFÉ	622,15 €	622,15 €	622,15 €	622,15 €	2.488,60 €	7.540,46 €	7.615,86 €
PROVEEDORES TE	398,04 €	398,04 €	398,04 €	398,04 €	1.592,16 €	4.824,24 €	4.872,49 €
PROVEEDORES CHOCOLATE	586,79 €	586,79 €	586,79 €	586,79 €	2.347,16 €	7.111,89 €	7.183,01 €
<b>TOTAL COSTES VARIABLES</b>	<b>2.871,58 €</b>	<b>2.871,58 €</b>	<b>2.871,58 €</b>	<b>2.871,58 €</b>	<b>11.486,32 €</b>	<b>34.803,55 €</b>	<b>35.151,59 €</b>
<b><u>COSTES FIJOS</u></b>							
ARRENDAMIENTO	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	5.040,00 €	15.120,00 €	15.120,00 €
CUOTA PRESTAMOS BANCARIO	485,65 €	485,65 €	485,65 €	485,65 €	1.942,60 €	5.827,80 €	5.827,80 €
SUELDOS Y SALARIOS	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €	12.228,60 €	37.052,66 €	37.423,18 €
SEGUROS	62,10 €	62,10 €	62,10 €	62,10 €	248,40 €	745,20 €	745,20 €
SUMINISTROS	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	500,00 €	1.515,00 €	1.530,15 €
OTROS SERVICIOS	95,22 €	95,22 €	95,22 €	95,22 €	380,88 €	1.154,07 €	1.165,61 €
GASTOS AMORTIZABLES	872,28 €	872,28 €	872,28 €	872,28 €	3.489,12 €	10467,36	10467,36
<b>TOTAL COSTES FIJOS</b>	<b>5.957,40 €</b>	<b>5.957,40 €</b>	<b>5.957,40 €</b>	<b>5.957,40 €</b>	<b>23.829,60 €</b>	<b>71.882,08 €</b>	<b>72.279,30 €</b>



**GASTOS AMORTIZABLES**

<b>GASTOS AMORTIZABLES</b>	
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>1.010,36 €</b>
<b><u>GASTOS DE 1º ESTABLECIMIENTO:</u></b> <b>COMI. INMOBILIARIA</b>	<b>1.260,00 €</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>1.183,20 €</b>
<b>INSTALACIÓN DEL LOCAL</b>	<b>22.661,00 €</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>26.114,56 €</b>

**AMORTIZACIÓN**

<b>AMORTIZACION</b>	<b>VALOR ADQUISICIÓN</b>	<b>No. DE AÑOS</b>	<b>TIPO AMORTIZACIÓN LINEAL</b>	<b>CUOTA DE AMORTIZACION ANUAL</b>	<b>CUOTA DE AMORTIZACION MENSUAL</b>
<b>MAQUINARIA</b>	<b>21.910,08 €</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	<b>4.382,02 €</b>	<b>365,17 €</b>
<b>MOBILIARIO</b>	<b>4.312,03 €</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	<b>862,41 €</b>	<b>71,87 €</b>
<b>GASTOS AMORTIZABLES</b>	<b>26.114,56 €</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	<b>5.222,91 €</b>	<b>435,24 €</b>
<b>TOTALES</b>	<b>52.336,67 €</b>			<b>10.467,33 €</b>	<b>872,28 €</b>

**PREVISIÓN DE VENTAS**

<b>CAFE</b>			
<b>KILOS MES</b>		300	
<b>KILOS A CONSUMIR</b>		264 KILOS	13 VARIEDADES
<b>MEDIA POR KILO</b>		20,31 €	POR KILO
<b>MEDIA POR GRAMOS</b>		5,08 €	POR 250 GRAMOS
<b>DISTRUBUCIÓN</b>			
<b>VENTAS</b>		264	KILOS MENSUAL
<b>CAFETERIA</b>		24	KILOS MENSUAL
<b>DEGUSTACIÓN</b>		12	KILOS MENSUAL

VENTAS STANDARD	DÍAS	VENTA DE CAFE	CAFETERIA	CHOCOLATE	TE	TOTAL DE VENTAS SEMANAL
	LUNES		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €
MARTES		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €	564,83 €
MIÉRCOLES		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €	564,83 €
JUEVES		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €	564,83 €
VIERNES		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €	564,83 €
SÁBADO		223,41 €	270,00 €	39,72	31,70 €	564,83 €
<b>TOTAL SEMANAL</b>		<b>1.340,46 €</b>	<b>1.620,00 €</b>	<b>238,32</b>	<b>190,20 €</b>	<b>3.388,98 €</b>
<b>TOTAL DE VENTAS MENSUALES</b>		<b>5.361,84 €</b>	<b>6.480,00 €</b>	<b>953,28 €</b>	<b>760,80 €</b>	<b>13.555,92 €</b>

INGRESOS AÑO 1º	MESES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	VENTAS 1º AÑO
	<b>PORCENTAJE</b>		<b>75%</b>	<b>85%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PRODUCTOS</b>						
VENTA DE CAFÉ		4.021,38 €	4.557,56 €	5.361,84 €	5.361,84 €	19.302,62 €
VENTA DE CHOCOLAT		714,96 €	810,29 €	953,28 €	953,28 €	3.431,81 €
VENTA DE TÉ		570,60 €	646,68 €	760,80 €	760,80 €	2.738,88 €
<b>TOTAL</b>		<b>5.306,94 €</b>	<b>5.367,85 €</b>	<b>7.075,92 €</b>	<b>7.075,92 €</b>	<b>25.473,31 €</b>

INGRESOS AÑO 1º	MESES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	VENTAS 1º AÑO
	<b>PORCENTAJE</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>CAFETERIA</b>		6.480,00 €	6.480,00 €	6.480,00 €	6.480,00 €	25.920,00 €
<b>TOTAL</b>		<b>6.480,00 €</b>	<b>6.480,00 €</b>	<b>6.480,00 €</b>	<b>6.480,00 €</b>	<b>25.920,00 €</b>

TOTAL DE VENTAS Y CAFETERIA **25.920,00 €**



## Capítulo 20: Presupuesto

INGRESOS AÑO 2º	MESES	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	VENTAS 2º AÑO
	<b>PORCENTAJE</b>	<b>105%</b>	<b>105%</b>	<b>105%</b>	<b>105%</b>	<b>105%</b>
<b>PRODUCTOS</b>						
VENTA DE CAFÉ	16.889,80 €	16.889,80 €	16.889,80 €	16.889,80 €	16.889,80 €	67.559,18 €
VENTA DE CHOCOLAT	3.002,83 €	3.002,83 €	3.002,83 €	3.002,83 €	3.002,83 €	12.011,33 €
VENTA DE TÉ	2.396,52 €	2.396,52 €	2.396,52 €	2.396,52 €	2.396,52 €	9.586,08 €
<b>TOTAL</b>	<b>22.289,15 €</b>	<b>22.289,15 €</b>	<b>22.289,15 €</b>	<b>22.289,15 €</b>	<b>22.289,15 €</b>	<b>89.156,59 €</b>
					<b>TOTAL</b>	
INGRESOS AÑO 2º	MESES	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	VENTAS 2º AÑO
<b>PORCENTAJE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
CAFETERÍA	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	77.760,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>77.760,00 €</b>
					<b>TOTAL</b>	
<b>TOTAL DE VENTAS Y CAFETERIA</b>						<b>166.916,59 €</b>

INGRESOS AÑO 3º	MESES	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	VENTAS 2º AÑO
	<b>PORCENTAJE</b>	<b>106%</b>	<b>106%</b>	<b>106%</b>	<b>106%</b>	<b>106%</b>
<b>PRODUCTOS</b>						
VENTA DE CAFÉ	17.050,65 €	17.050,65 €	17.050,65 €	17.050,65 €	17.050,65 €	68.202,60 €
VENTA DE CHOCOLAT	3.031,43 €	3.031,43 €	3.031,43 €	3.031,43 €	3.031,43 €	12.125,72 €
VENTA DE TÉ	2.419,34 €	2.419,34 €	2.419,34 €	2.419,34 €	2.419,34 €	9.677,38 €
<b>TOTAL</b>	<b>22.501,43 €</b>	<b>22.501,43 €</b>	<b>22.501,43 €</b>	<b>22.501,43 €</b>	<b>22.501,43 €</b>	<b>90.005,70 €</b>
					<b>TOTAL</b>	
INGRESOS AÑO 3º	MESES	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	VENTAS 2º AÑO
<b>PORCENTAJE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
CAFETERÍA	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	19.440,00 €	77.760,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>19.440,00 €</b>	<b>77.760,00 €</b>
					<b>TOTAL</b>	
<b>TOTAL DE VENTAS Y CAFETERIA</b>						<b>167.765,70 €</b>

## **20. VARIEDADES Y PRECIOS DE VENTA DE NUESTROS PRODUCTOS.**

### **21.1 VARIEDADES DE CAFÉ**

• <b>Café de Colombia</b>	<b>22,00 €</b>
• <b>Café de Camerúm</b>	<b>24,80 €</b>
• <b>Café de Jamaica</b>	<b>28,00 €</b>
• <b>Café de Kenia</b>	<b>26,00 €</b>
• <b>Café de India</b>	<b>24,60 €</b>
• <b>Café de Brasil</b>	<b>24,20 €</b>
• <b>Café de Guatemala</b>	<b>23,40 €</b>
• <b>Café de Uganda</b>	<b>20,80 €</b>
• <b>Café de Cuba</b>	<b>26,40 €</b>
• <b>Café de México</b>	<b>23,20 €</b>
• <b>Café de Costa Rica</b>	<b>21,60 €</b>
• <b>Café Descafeinado</b>	<b>30,00 €</b>
• <b>Café de la Casa</b>	<b>31,20 €</b>

## **21.2 VARIEDADES DE CHOCOLATES**

- Chocolate Amargo 9,70 €**
- Chocolate Amargo origen Único 10,10 €**
- Chocolate Amargo origen Único Bahía Superior 10,70 €**
- Chocolate Amargo origen Único - Esmeralda 10,50 €**
- Chocolate Amargo origen Carenero Superior 9,30 €**
- Chocolate con leche Bahía Superior y nibs 9,30 €**
- Naranja intenso - Chocolate semiamargo 9,80 €**
- Gianduia – Chocolate con leche y vainilla. 10,00 €**

### 21.3 VARIEDADES DE TÉS.

#### LATAS DE TÉS

**Earl Grey Lupus** 5,80 €  
Te negro de Ceylan y Darjeeling con aroma de Bergamota.

**Snow Green** 6,35 €  
Te verde de China con trozos de almendra, flor de naranjo y aroma de vainilla y canela.

**Ceylan Sant James** 5,90 €  
Te negro de Sri Lanka, perfecto con leche o limón.

**Infusión Equilibrio** 6,00 €  
Manzanilla, Rooibos, anís ginsegn y aroma de miel.

**China Pu-Erh** 6,90 €  
Te rojo de China.

**China Jazmín** 6,55 €  
Te verde con jazmín.

**Infusión Jengibre Limón** 6,45 €  
Menta, jengibre, citronella, piel de limón.

**Darjeeling Castleton** 6,20 €  
Te negro de la India, suave y aromático.

**Verde Menta** 6,60 €  
Te verde de la China y menta.

**Mil y una noches** 6,70 €  
Te negro y verde de la China, melocotón, albaricoque y nectarina.

**Frutos del Bosque** 6,25 €  
Te negro con trozos de moras, fresa y frambuesa.

**Desteinado Jardín del Edén** 6,40 €  
y nectarina.

#### **21.4 CAFETERÍA.**

<b>Café de Colombia</b>	<b>2,40 €</b>
<b>Café de Camerúm</b>	<b>2,70 €</b>
<b>Café de Jamaica</b>	<b>3,00 €</b>
<b>Café de Kenia</b>	<b>2,80 €</b>
<b>Café de India</b>	<b>2,70 €</b>
<b>Café de Brasil</b>	<b>2,70 €</b>
<b>Café de Guatemala</b>	<b>2,60 €</b>
<b>Café de Uganda</b>	<b>2,50 €</b>
<b>Café de Cuba</b>	<b>2,90 €</b>
<b>Café de México</b>	<b>2,50 €</b>
<b>Café de Costa Rica</b>	<b>2,10 €</b>
<b>Café Descafeinado</b>	<b>3,10 €</b>
<b>Café de la Casa</b>	<b>3,10 €</b>

## 21. MARGEN BRUTO.

### MARGEN ESTÁNDAR.

<b>MARGEN BRUTO 2007</b>					UNIDADES/MES VENDIDAS MEDIA STANDARD	
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
<b>CAFETERIA</b>						
% CUMPLIMIENTO ESTANDAR	100%	100%	100%	100%	2400	
UNIDADES	2400	2400	2400	2400		
PVC	2,7	2,7	2,7	2,7		
COSTE	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €		
Margen/unidad	2,56 €	2,56 €	2,56 €	2,56 €		
Vta. Total	6.480,00 €	6.480,00 €	6.480,00 €	6.480,00 €	VENTAS	<b>25.920,00 €</b>
Coste total	338,11 €	338,11 €	338,11 €	338,11 €	COSTES	<b>1.352,44 €</b>
Marg. Total	6.141,89 €	6.141,89 €	6.141,89 €	6.141,89 €	MARGEN	<b>24.567,56 €</b>
						<b>TOTALES AÑO</b>
<b>VENTAS DE CAFÉ</b>						
% CUMPLIMIENTO ESTANDAR	75%	85%	100%	100%	264	
UNIDADES de 250gramos	198	224,40	264	264	264	
PVC	20,31	20,31	20,31	20,31		
COSTE	5,87 €	5,87 €	5,87 €	5,87 €		
Margen/unidad	14,44 €	14,44 €	14,44 €	14,44 €		
Vta. Total	4.021,38 €	4.557,56 €	5.361,84 €	5.361,84 €	VENTAS	<b>19.302,62 €</b>
Coste total	1.548,64 €	1.548,64 €	1.548,64 €	1.548,64 €	COSTES	<b>6.194,56 €</b>
Marg. Total	2.859,90 €	3.241,22 €	3.813,20 €	3.813,20 €	MARGEN	<b>13.108,06 €</b>
<b>CHOCOLATE</b>						
% CUMPLIMIENTO ESTANDAR	75%	85%	100%	100%	96	
UNIDADES	72	82	96	96	96	
PVC	9,93 €	9,93 €	9,93 €	9,93 €		
COSTE	6,11 €	6,11 €	6,11 €	6,11 €		
Margen/unidad	3,82 €	3,82 €	3,82 €	3,82 €		
Vta. Total	714,96 €	810,29 €	953,28 €	953,28 €	VENTAS	<b>3.431,81 €</b>
Coste total	586,79 €	586,79 €	586,79 €	586,79 €	COSTES	<b>2.347,16 €</b>
Marg. Total	274,87 €	311,52 €	366,49 €	366,49 €	MARGEN	<b>1.084,65 €</b>
<b>TE</b>						
% CUMPLIMIENTO ESTANDAR	75%	85%	100%	100%	120	
UNIDADES	90	102	120	120	120	
PVC	6,34 €	6,34 €	6,34 €	6,34 €		
COSTE	3,32 €	3,32 €	3,32 €	3,32 €		
Margen/unidad	3,02 €	3,02 €	3,02 €	3,02 €		
Vta. Total	570,80 €	646,68 €	760,80 €	760,80 €	VENTAS	<b>2.738,88 €</b>
Coste total	398,04 €	398,04 €	398,04 €	398,04 €	COSTES	<b>1.592,16 €</b>
Marg. Total	272,07 €	308,35 €	362,76 €	362,76 €	MARGEN	<b>1.146,72 €</b>
<b>TOTAL MARGEN BRUTO:</b>						<b>39.906,99 €</b>

## 22. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.

### PLAN DE INVERSIÓN.

<b>INVERSION INICIAL</b>	
<b>ARRENDAMIENTO</b>	<b>1.260,00 €</b>
<b>FIANZAS</b>	<b>1.260,00 €</b>
<b>INMOBILIARIA</b>	<b>1.260,00 €</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>1.183,20 €</b>
<b>FIANZA DE TELEFONIA</b>	<b>34,00 €</b>
<b>INSTALACIÓN DEL LOCAL</b>	
PINTORES	853,00 €
LAVAVAJILLAS	369,00 €
NEVERA	749,00 €
FREGADERO	410,00 €
MANO DE OBRA	760,00 €
MOSTRADOR	6.320,00 €
4 PUERTAS	1.200,00 €
FACHADAS	12.000,00 €
<b>MAQUINARIA</b>	
TOSTADOR	5.200,00 €
MEZCLADOR	1.250,00 €
MOLINO	2.136,00 €
14 SILOS	6.258,00 €
BALANZA	395,00 €
MAQUINA CAFETERA	1.799,00 €
MAQUINA REGISTRADORA	499,00 €
ENVASADORA AL VACIO	1.351,00 €
<b>MOBILIARIO</b>	
4 MESAS	676,00 €
MESA PEQUEÑA	49,95 €
12 SILLAS ALTAS	876,00 €
SILLON ROJO	189,00 €
6 LAMPARA DE TECHO	180,00 €
MESA DE ESCRITORIA	89,90 €
SILLA PARA ESCRITORIO	59,90 €
ORDENADOR	778,00 €
8 FOCO	159,20 €
<b>TAZAS</b>	
16 TAZAS DE COLORES	106,88 €
16 TAZAS BLANCAS	108,24 €
VASOS DE LLEVAR	54,08 €
TAPAS (1000 UNIDADES)	35,31 €
<b>BOLSAS</b>	
3 PAQUETES BOLSAS (260 X 100 X 330)	157,35 €
3 PAQUETES BOLSAS (260 X 100 X 440)	197,46 €
<b>ENVASES</b>	<b>640,00 €</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
CAFÉS	589,25 €
PORTES	119,25 €
<b>MERCADERÍAS</b>	
TE	372,00 €
CHOCOLATE	548,40 €

<b>BALANCE DE SITUACIÓN</b>	
<b>INVERSIÓN</b>	<b>MOMENTO CERO</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
<b>INMOVILIZADO MATERIAL</b>	
Maquinaria	21.910,08 €
Mobiliario	4.312,03 €
<b>INMOVILIZADO FINANCIERO</b>	
Fianzas	1.294,00 €
<b>GASTOS DE ESTABLECIMIENTO</b>	
Gastos de Constitución	1.010,36 €
Gastos de Primer Establecimiento	25.104,20 €
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	
<b>EXISTENCIAS</b>	
Materia Prima	622,15 €
Productos Terminados	984,83 €
Otros aprovisionamientos	1.264,60 €
<b>DEUDORES</b>	
Hda Publica IVA Soportado	
<b>TESORERÍA</b>	
Bancos	10.497,75 €
<b>TOTAL INVERSIONES:</b>	<b>67.000,00 €</b>
<b>FINANCIACIÓN</b>	
<b>PASIVO FIJO</b>	
<b>RECURSOS FIJOS</b>	
Capital Social	42.000,00 €
Perdidas y Ganancias	
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO</b>	
Deudas con Entidades de Credito	25.000,00 €
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	
<b>TOTAL FINANCIACIÓN:</b>	<b>67.000,00 €</b>



## 23. INFORME DEL PLAN DE FINANCIACIÓN

### 24.1 Financiación propia:

En cuanto a la financiación propia, los socios del negocio decidimos invertir inicialmente una cuantía de **14.000 € por socio**, en total hemos hecho una aportación **total de 42.000 €**

Primeramente íbamos a aportar una cuantía más reducida, barajada desde 6.000 € hasta 12.000 € por socio, pero con el paso del tiempo nos dimos cuenta que con los gastos iniciales y el presupuesto inicial que necesitábamos, tendríamos que hacer una aportación un poco más elevada, para no pedirle al banco una gran financiación y no tener que pagar una cantidad de intereses muy elevada a lo largo de toda la vida del préstamo.

### 24.2 Financiación ajena:

El presupuesto que conlleva abrir nuestro tipo de negocio, no suponía una financiación muy elevada por parte del banco, descontando lógicamente la gran aportación inicial que realizan los socios.

Nos fuimos a informar de las ventajas y garantías que nos ofrecían los bancos y las posibilidades que nos proponían, en concreto con el Banco de la CAI (Caja de Ahorros de la Inmaculada), en una sucursal situada en el barrio del Las Fuentes.

Nosotros pedimos un préstamo de **25.000 €**, la respuesta del banco fue positiva y nos puso las siguientes condiciones de pago:

- **Capital:** 25.000,00 €  
60 meses
- **Plazo Total:** ( 5 años)
- **Plazo de Carencia:** 0 meses
- **Comisión de Apertura:** 1,00%
- **Intereses (tipo nominal anual)** 6,20%

- La cuota mensual a pagar durante los 5 años sería de: 485,64 €
- Los gastos iniciales de la operación : 362,50 €
- El cuadro de amortización del préstamo está ampliamente detallado en un informe posterior.

### 24.3 Subvenciones y Ayudas

Las subvenciones que pudiéramos haber recibido de algún organismo público, como el Ayuntamiento de Zaragoza, o la DGA, no son muy extensas para este tipo de negocio; ya que estamos hablando de un negocio más de tipo comercial, que da el servicio de cafetería y degustación.

La única posibilidad que teníamos de encontrar alguna subvención era la que es un establecimiento pensado y creado por tres mujeres, y en apoyo a la labor de la mujer en el mundo laboral y en el mundo los negocios en concreto, tendríamos la posibilidad de encontrar alguna ayuda económica, pero en nuestro caso no fue posible.

### 24.4 PRÉSTAMOS

INFORME DEL PRÉSTAMO	
Para la elección del préstamo hemos escogido la Caja de Ahorros de la Inmaculada, para financiarnos. Necesitamos una financiación de 25.000 € y la entidad bancaria escogida nos ofreció las siguientes condiciones:	
Capital:	25.000,00 €
Plazo Total:	60 meses ( 5 años)
Plazo de Carencia:	0 meses
Comisión de Apertur	1,00%
Intereses (tipo nomi	6,20%
Costes aproximados:	
<b>Cuota mensual:</b>	<b>485,64 €</b>
TAE	6,82 €
Total Gastos (Corre	112,50 €
Comisión de Apertur	250,00 €
Coste total operació	<u>362,50 €</u>

## 24.5 CUADRO DE AMORTIZACIÓN

Fecha pago	Cuota mensual	Imp.Intereses	Imp. Capital	Cap. Pendiente
01/09/2007	485,65 €	129,17 €	356,48 €	24.643,52 €
01/10/2007	485,65 €	127,32 €	358,33 €	24.285,19 €
01/11/2007	485,65 €	125,47 €	360,18 €	23.925,01 €
01/12/2007	485,65 €	123,61 €	362,04 €	23.562,98 €
01/01/2008	485,65 €	121,74 €	363,91 €	23.199,07 €
01/02/2008	485,65 €	119,86 €	365,79 €	22.833,28 €
01/03/2008	485,65 €	117,97 €	367,68 €	22.465,60 €
01/04/2008	485,65 €	116,07 €	369,58 €	22.096,03 €
01/05/2008	485,65 €	114,16 €	371,49 €	21.724,54 €
01/06/2008	485,65 €	112,24 €	373,41 €	21.351,13 €
01/07/2008	485,65 €	110,31 €	375,34 €	20.975,80 €
01/08/2008	485,65 €	108,37 €	377,28 €	20.598,52 €
01/09/2008	485,65 €	106,43 €	379,22 €	20.219,30 €
01/10/2008	485,65 €	104,47 €	381,18 €	19.838,11 €
01/11/2008	485,65 €	102,50 €	383,15 €	19.454,96 €
01/12/2008	485,65 €	100,52 €	385,13 €	19.069,83 €
01/01/2009	485,65 €	98,53 €	387,12 €	18.682,70 €
01/02/2009	485,65 €	96,53 €	389,12 €	18.293,58 €
01/03/2009	485,65 €	94,52 €	391,13 €	17.902,45 €
01/04/2009	485,65 €	92,50 €	393,15 €	17.509,29 €
01/05/2009	485,65 €	90,46 €	395,19 €	17.114,11 €
01/06/2009	485,65 €	88,42 €	397,23 €	16.716,88 €
01/07/2009	485,65 €	86,37 €	399,28 €	16.317,60 €
01/08/2009	485,65 €	84,31 €	401,34 €	15.916,26 €
01/09/2009	485,65 €	82,23 €	403,42 €	15.512,84 €
01/10/2009	485,65 €	80,15 €	405,50 €	15.107,34 €
01/11/2009	485,65 €	78,05 €	407,60 €	14.699,75 €
01/12/2009	485,65 €	75,95 €	409,70 €	14.290,05 €
01/01/2010	485,65 €	73,83 €	411,82 €	13.878,23 €
01/02/2010	485,65 €	71,70 €	413,95 €	13.464,28 €
01/03/2010	485,65 €	69,57 €	416,08 €	13.048,20 €
01/04/2010	485,65 €	67,42 €	418,23 €	12.629,96 €
01/05/2010	485,65 €	65,25 €	420,40 €	12.209,57 €
01/06/2010	485,65 €	63,08 €	422,57 €	11.787,00 €
01/07/2010	485,65 €	60,90 €	424,75 €	11.362,25 €
01/08/2010	485,65 €	58,70 €	426,95 €	10.935,31 €
01/09/2010	485,65 €	56,50 €	429,15 €	10.506,16 €
01/10/2010	485,65 €	54,28 €	431,37 €	10.074,79 €
01/11/2010	485,65 €	52,05 €	433,60 €	9.641,19 €
01/12/2010	485,65 €	49,81 €	435,84 €	9.205,35 €
01/01/2011	485,65 €	47,56 €	438,09 €	8.767,26 €
01/02/2011	485,65 €	45,30 €	440,35 €	8.326,91 €
01/03/2011	485,65 €	43,02 €	442,63 €	7.884,28 €
01/04/2011	485,65 €	40,74 €	444,91 €	7.439,37 €
01/05/2011	485,65 €	38,44 €	447,21 €	6.992,16 €
01/06/2011	485,65 €	36,13 €	449,52 €	6.542,63 €
01/07/2011	485,65 €	33,80 €	451,85 €	6.090,79 €
01/08/2011	485,65 €	31,47 €	454,18 €	5.636,61 €
01/09/2011	485,65 €	29,12 €	456,53 €	5.180,08 €

## Capítulo 24: Informe del Plan de Financiación

01/10/2011	485,65 €	26,76 €	458,89 €	4.721,19 €
01/11/2011	485,65 €	24,39 €	461,26 €	4.259,93 €
01/12/2011	485,65 €	22,01 €	463,64 €	3.796,29 €
01/01/2012	485,65 €	19,61 €	466,04 €	3.330,26 €
01/02/2012	485,65 €	17,21 €	468,44 €	2.861,82 €
01/03/2012	485,65 €	14,79 €	470,86 €	2.390,95 €
01/04/2012	485,65 €	12,35 €	473,30 €	1.917,65 €
01/05/2012	485,65 €	9,91 €	475,74 €	1.441,91 €
01/06/2012	485,65 €	7,45 €	478,20 €	963,71 €
01/07/2012	485,65 €	4,98 €	480,67 €	483,04 €
01/08/2012	485,65 €	2,50 €	483,15 €	- €

## 24.6 BALANCE DE SITUACIÓN

<b>BALANCE DE SITUACIÓN</b>			
<b>INVERSIÓN</b>	<b>AÑO 1 (DIC 2007)</b>	<b>AÑO 1 (DIC 2008)</b>	<b>AÑO 1 (DIC 2009)</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>49.333,91 €</b>	<b>36.932,75 €</b>	<b>31.509,84 €</b>
<b>INMOVILIZADO MATERIAL</b>	<b>22.732,99 €</b>	<b>15.754,75 €</b>	<b>15.754,75 €</b>
Maquinaria	21.910,08 €	21.910,08 €	21.910,08 €
Mobiliario	4.312,03 €	4.312,03 €	4.312,03 €
Amortización Acumulada	- 3.489,12 €	- 10.467,36 €	- 10.467,36 €
<b>INMOVILIZADO FINANCIERO</b>	<b>1.294,00 €</b>	<b>1.294,00 €</b>	<b>1.294,00 €</b>
Fianzas	1.294,00 €	1.294,00 €	1.294,00 €
<b>GASTOS DE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>25.306,92 €</b>	<b>19.884,00 €</b>	<b>14.461,09 €</b>
Gastos de Constitución	943,00 €	740,92 €	538,85 €
Gastos de Primer Establecimiento	24.363,92 €	19.143,08 €	13.922,24 €
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>27.396,31 €</b>	<b>94.824,36 €</b>	<b>147.920,94 €</b>
<b>EXISTENCIAS</b>	<b>2.871,58 €</b>	<b>2.900,30 €</b>	<b>2.929,30 €</b>
Materia Prima	622,15 €	628,37 €	634,66 €
Otros aprovisionamientos	984,83 €	994,68 €	1.004,63 €
Productos Terminados	1.264,60 €	1.277,25 €	1.290,02 €
<b>DEUDORES</b>			
Hda Publica IVA Soportado			
<b>TESORERÍA</b>	<b>24.524,73 €</b>	<b>91.924,07 €</b>	<b>144.991,64 €</b>
Bancos	24.524,73 €	91.924,07 €	144.991,64 €
<b>TOTAL INVERSIONES:</b>	<b>76.730,22 €</b>	<b>131.757,11 €</b>	<b>179.430,78 €</b>
<b>FINANCIACIÓN</b>			
<b>PASIVO FIJO</b>			
<b>RECURSOS FIJOS</b>	<b>53.167,23 €</b>	<b>112.687,28 €</b>	<b>165.140,73 €</b>
Capital Social	42.000,00 €	42.000,00 €	42.000,00 €
Perdidas y Ganancias	11.167,23 €	59.520,05 €	64.502,29 €
Reserva Legal		11.167,23 €	58.638,44 €
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO</b>	<b>17.735,18 €</b>	<b>13.242,03 €</b>	<b>8.462,25 €</b>
Deudas con Entidades de Credito	17.735,18 €	13.242,03 €	8.462,25 €
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>			
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>5.827,80 €</b>	<b>5.827,80 €</b>	<b>5.827,80 €</b>
Deudaas con Entidades a c/p	5.827,80 €	5.827,80 €	5.827,80 €
<b>TOTAL FINANCIACIÓN:</b>	<b>76.730,21 €</b>	<b>131.757,11 €</b>	<b>179.430,78 €</b>

## 24.7 PRESUPUESTO DE TESORERÍA

<b>PRESUPUESTO DE TESORERÍA</b>				
<b>Conceptos/Meses</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Saldo Inicial</b>	<b>10.497,75 €</b>	<b>12.785,88 €</b>	<b>15.906,05 €</b>	<b>20.339,46 €</b>
<b>Cobros</b>				
Ventas	11.786,94 €	12.494,53 €	13.555,92 €	13.555,92 €
<b>Total Cobros</b>	<b>11.786,94 €</b>	<b>12.494,53 €</b>	<b>13.555,92 €</b>	<b>13.555,92 €</b>
<b>PAGOS</b>				
Arrendamientos	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €
Suministros		250,00 €		250,00 €
Otros Servicios	95,22 €	95,22 €	95,22 €	95,22 €
Salarios	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €	3.057,15 €
Materia Prima	622,15 €	622,15 €	622,15 €	622,15 €
Productos Terminados	984,83 €	984,83 €	984,83 €	984,83 €
Otros Aprovisionamiento	288,34 €	288,34 €	288,34 €	288,34 €
Seguros	372,60 €			
Otros Gastos	2.203,70 €	2.203,70 €	2.203,70 €	2.203,70 €
Gastos Financieros	129,17 €	127,32 €	125,47 €	123,61 €
Amort.del Préstamo	485,65 €	485,65 €	485,65 €	485,65 €
<b>Total Pagos</b>	<b>9.498,81 €</b>	<b>9.374,36 €</b>	<b>9.122,51 €</b>	<b>9.370,65 €</b>
<b>SALDO NETO MES:</b>	<b>2.288,13 €</b>	<b>3.120,17 €</b>	<b>4.433,41 €</b>	<b>4.185,27 €</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>12.785,88 €</b>	<b>15.906,05 €</b>	<b>20.339,46 €</b>	<b>24.524,73 €</b>

<b>PRESUPUESTO DE TESORERÍA (2008)</b>				
<b>Conceptos/Meses</b>	<b>1º trimestre</b>	<b>2º trimestre</b>	<b>3º trimestre</b>	<b>4º trimestre</b>
<b>Saldo Inicial</b>	<b>24.524,73 €</b>	<b>40.324,81 €</b>	<b>57.631,30 €</b>	<b>74.582,57 €</b>
<b>Cobros</b>				
Ventas	41.729,15 €	41.729,15 €	41.729,15 €	41.729,15 €
<b>Total Cobros</b>	<b>41.729,15 €</b>	<b>41.729,15 €</b>	<b>41.729,15 €</b>	<b>41.729,15 €</b>
<b>PAGOS</b>				
Arrendamientos	3.780,00 €	3.780,00 €	3.780,00 €	3.780,00 €
Suministros	378,75 €	378,75 €	378,75 €	378,75 €
Otros Servicios	288,52 €	288,52 €	288,52 €	288,52 €
Salarios	10.381,35 €	10.381,35 €	10.381,35 €	10.381,35 €
Materia Prima	1.885,12 €	1.885,12 €	1.885,12 €	1.885,12 €
Productos Terminados	2.984,03 €	2.984,03 €	2.984,03 €	2.984,03 €
Otros Aprovisionamiento	873,67 €	873,67 €	873,67 €	873,67 €
Seguros	372,60 €		372,60 €	
Reparto de beneficios	1.116,72 €			
Otros Gastos	2.051,78 €	2.051,78 €	2.051,78 €	2.051,78 €
Gastos Financieros	359,58 €	342,48 €	325,11 €	307,48 €
Amort.del Préstamo	1.456,95 €	1.456,95 €	1.456,95 €	1.456,95 €
<b>Total Pagos</b>	<b>25.929,07 €</b>	<b>24.422,65 €</b>	<b>24.777,88 €</b>	<b>24.387,65 €</b>
<b>SALDO NETO MES:</b>	<b>15.800,08 €</b>	<b>17.306,50 €</b>	<b>16.951,27 €</b>	<b>17.341,50 €</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>40.324,81 €</b>	<b>57.631,30 €</b>	<b>74.582,57 €</b>	<b>91.924,07 €</b>

## PRESUPUESTO DE TESORERÍA (2009)

Conceptos/Meses	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre
<b>Saldo Inicial</b>	91.924,07 €	103.163,21 €	117.211,66 €	130.905,97 €
<b>Cobros</b>				
Ventas	41.941,43 €	41.941,43 €	41.941,43 €	41.941,43 €
<b>Total Cobros</b>	41.941,43 €	41.941,43 €	41.941,43 €	41.941,43 €
<b>PAGOS</b>				
Arrendamientos	3.780,00 €	3.780,00 €	3.780,00 €	3.780,00 €
Suministros	382,54 €	382,54 €	382,54 €	382,54 €
Otros Servicios	291,40 €	291,40 €	291,40 €	291,40 €
Salarios	9.355,80 €	12.801,13 €	12.801,13 €	12.801,13 €
Materia Prima	1.903,97 €	1.903,97 €	1.903,97 €	1.903,97 €
Productos Terminados	3.013,87 €	3.013,87 €	3.013,87 €	3.013,87 €
Otros Aprovisionamiento	882,41 €	882,41 €	882,41 €	882,41 €
Seguros	372,60 €		372,60 €	
Reparto de beneficios	5.863,84 €			
Otros Gastos	3.109,34 €	3.109,34 €	3.109,34 €	3.109,34 €
Gastos Financieros	289,57 €	271,38 €	252,91 €	234,15 €
Amort.del Préstamo	1.456,95 €	1.456,95 €	1.456,95 €	1.456,95 €
<b>Total Pagos</b>	30.702,28 €	27.892,99 €	28.247,12 €	27.855,76 €
<b>SALDO NETO MES:</b>	11.239,14 €	14.048,44 €	13.694,31 €	14.085,67 €
<b>SALDO FINAL</b>	103.163,21 €	117.211,66 €	130.905,97 €	144.991,64 €

## 24.8 CUENTA DE RESULTADO

<b>CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL</b>				
<b>Concepto/periodo</b>		<b>dic-07</b>	<b>dic-08</b>	<b>dic-09</b>
<b>INGRESOS</b>				
Ventas		51.393,31 €	166.916,59 €	167.765,70 €
<b>COSTES VARIABLES</b>				
Otros aprovisionamientos	1.153,36 €	1.164,89 €	1.176,54 €	
Envases y Embalajes	3.905,04 €	3.944,09 €	3.983,53 €	
Proveedores de Café	2.488,60 €	2.513,49 €	2.538,62 €	
Proveedores de Te	1.592,16 €	1.608,08 €	1.624,16 €	
Proveedores de Chocolate	2.347,16 €	2.370,63 €	2.394,34 €	
<b>Total</b>		<b>11.486,32 €</b>	<b>11.601,18 €</b>	<b>11.717,20 €</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>		<b>39.906,99 €</b>	<b>155.315,41 €</b>	<b>156.048,51 €</b>
<b>COSTES FIJOS</b>				
Arrendamiento	5.040,00 €	15.120,00 €	15.120,00 €	
Cuota de prestamo bancario	1.942,60 €	5.827,80 €	5.827,80 €	
Sueldos y Salarios	12.228,60 €	37.052,66 €	37.423,18 €	
Seguros	372,60 €	745,20 €	745,20 €	
Suministros	500,00 €	1.515,00 €	1.530,15 €	
Otros Servicios	380,88 €	1.154,07 €	1.165,61 €	
Gastos Amortizables	3.489,12 €	10467,36	10467,36	
<b>Total</b>		<b>23.953,80 €</b>	<b>71.882,08 €</b>	<b>72.279,30 €</b>
		<b>dic-07</b>	<b>dic-08</b>	<b>dic-09</b>
<b>Resultados antes de Impuestos</b>		<b>15.953,19 €</b>	<b>83.433,32 €</b>	<b>83.769,21 €</b>
<b>IMPUESTO DE SOCIEDADES</b>		<b>4.785,96 €</b>	<b>25.030,00 €</b>	<b>25.130,76 €</b>
<b>RESULTADO</b>		<b>11.167,23 €</b>	<b>58.403,33 €</b>	<b>58.638,44 €</b>

## 24. ANALISIS ECONÓMICO FINANCIERO

### 25.1 ANALISIS

<u>RATIOS DE LIQUIDEZ</u>	
Solvencia	4,70
Tesorería	4,21

<u>RATIOS DE SOLVENCIA</u>	
Garantía	3,26
Estabilidad	2,18
Endeudamiento	0,44

<u>RATIOS DE RENTABILIDAD</u>	
Rentaabilidad economica	20,79
Rentabilidad Financiera	30,01

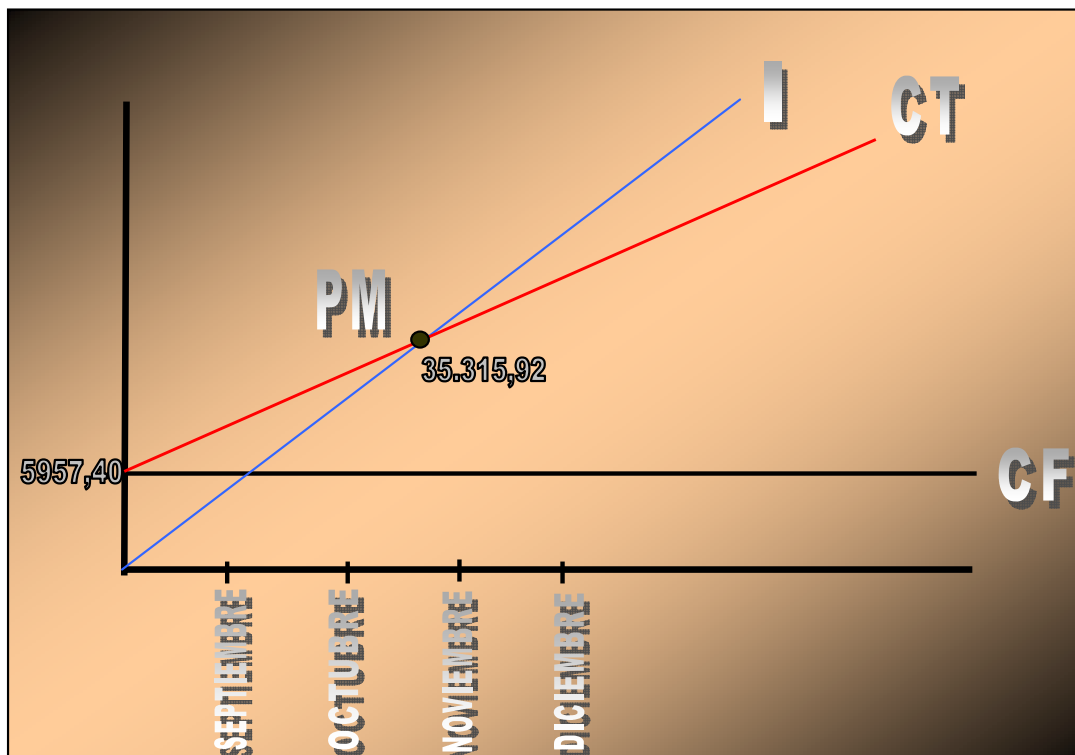
Según el análisis realizado podemos obtener las siguientes conclusiones:

- El Fondo de Maniobra es positivo 21.568,51.La empresa se encuentra en equilibrio patrimonial.
- Obtenemos una buena liquidez tanto a corto plazo (4,70-4,21), como a largo plazo(3,26-2,18-0,44).El ratio resulta un poco elevado si bien es normal dado que se trata de una empresa de venta directa al cliente y cobro al contado.
- El endeudamiento es normal (0,44)
- De los activos que tenemos en la empresa obtenemos una rentabilidad de (20,79%)
- Del capital aportado obtenemos una rentabilidad de (30,01%).



## 25.2 PUNTO MUERTO

PUNTO MUERTO		
	ANUAL	MENSUAL
COSTES FIJOS	23.829,60 €	5.957,40 €
COSTES VARIABLES	11.486,32 €	2.871,58 €
TOTAL	35.315,92 €	8.828,98 €



## 25.3 TABLA DE DATOS

<b>COSTES</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
Coste total	8.828,98 €	8.828,98 €	8.828,98 €	8.828,98 €
Coste acumulado	8.828,98 €	17.657,96 €	26.486,94 €	35.315,92 €
<b>VENTAS</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
Ventas totales	11.786,94 €	11.847,85 €	13.555,92 €	13.555,92 €
Ventas acumuladas	11.786,94 €	23.634,79 €	37.190,71 €	50.746,63 €

## 25. SEGURO

Hemos contratado el seguro de nuestro establecimiento con la compañía de seguros **MAPFRE**, según los datos que le hemos proporcionado a la compañía nos han recomendado el seguro combinado para comercios con las siguientes coberturas:

### 26.1 Daños Materiales:

Incendio y otros daños cubiertos al 100%:

- Incendio, explosión o implosión.
- Impacto directo del rayo o corrientes eléctricas anormales inducidas por el mismo.
- Humo de origen accidental.
- Fenómenos atmosféricos: viento, lluvia, graniza..
- Caída o impacto de aeronaves, ondas sonicas y turbulencias producidas por estas.
- Choque de vehículos terrestres e impacto de objetos.
- Actos vandálicos.
- Fallo de las instalaciones de extinción de incendios.
- Daños de origen eléctricos y sus accesorios.
- Inundación.
- Acciones tumultuarias y huelgas legales.

Daños por agua cubiertos al 100%:

- Daños en los bienes asegurados.
- Localización de averías y reparación.

Roturas cubiertos al 100%:

- Cristales, lunas, espejos, rótulos y vidrieras.
- Fregaderos y aparatos sanitarios fijos.
- Muebles de metra quilato.
- Encimeras y mesas de mármol, granito, piedra o minerales.

### 26.2 Robo:

- Del contenido y daños por esta causa.
- Dinero en efectivo, cheques, pagares, efectos timbrados etc.. depositados en caja fuerte, fuera de la caja fuerte o en el domicilio permanente de su titular en horas de cierre del local y durante el transporte a una entidad bancaria.

- Bienes portados por el asegurado, clientes y empleados en el interior del local; joyas, ropa, dinero en efectivo.
- Daños al continente por robo o su intento; sustitución de cerraduras por robo o extravió de llaves.
- Asistencia sanitaria urgente.

### **26.3 Prestaciones especiales:**

- In habitabilidad del local:
- Alquiler de un local similar al afecto y traspaso del contenido.
- Reposición de documentos.
- Otros perjuicios: Salvamento, desescombro, daños a los bienes asegurados por las medidas adoptadas para impedir el siniestro, gastos de transporte de los bienes asegurados, objetos desaparecidos, gastos de extinción y gastos de honorarios de peritos.

### **26.4 Usuarios de locales en régimen de alquiler:**

- Mobiliario del arrendador.
- Daños a terceros.

### **26.5 Responsabilidad Civil:**

- Indemnización y fianzas.
- Costes Judiciales.

### **26.6 Asistencia al comercio:**

- Servicios urgentes por incendio, explosión, inundación o robo: vigilancia y protección del local y sustitución temporal de aparatos de televisión o video.
- Reparaciones, reformas y otros servicios: obras de reparación o reforma del local asegurado, salvamento de personas encerradas en el interior del local por avería de cerrajería, profesionales para la realización de reformas y otras operaciones, asesoramiento en materia de seguridad y asesoramiento en ahorro energético.

### **26.7 Defensa Jurídica:**

- Costas judiciales, dirección de la reclamación y gastos conexos.
- Servicio telefónico de orientación jurídica.

La prima semestral del seguro, incluidos impuestos y recargos es de: 372,60 €

## **27. TRÁMITES LEGALES**

### **PASOS A SEGUIR PARA CREAR LA SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA TELEMÁTICAMENTE**

1. Reservar en el Registro Mercantil Central la denominación social.
2. Contactar con el PAIT más cercano para obtener información y concertar una cita para rellenar el DUE (Documento único electrónico)
3. Obtener la documentación necesaria para poder comenzar el trámite:
  - Fotocopia y original DNI de todos los socios (Extranjeros: NIE Comunitario, NIE y permiso de residencia y trabajo por cuenta propia o NIE por asuntos económicos para socios únicamente capitalistas).
  - Fotocopia y original DNI de todos los trabajadores (Extranjeros: NIE Comunitario o NIE y permiso de residencia y trabajo).
  - Fotocopia y original Tarjeta de la Seguridad Social de los socios administradores o trabajadores, u otro documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad social, en el caso de que ya estén afiliados.
  - Fotocopia y original Tarjeta de la Seguridad Social de todos los trabajadores, u otro documento que acredite el nº de afiliación a la Seguridad social, en el caso de estar afiliados.
  - Epígrafe A.E. (Actividades Económicas) Datos personales de los socios ( Y cónyuges: DNI y Régimen matrimonial).
  - Datos del domicilio de la empresa y de la Actividad (Incluido: metros cuadrados del lugar de la actividad, Código Postal y Teléfono).
  - Porcentajes de participación en el capital social y Administradores. Para adscripción al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos: Base de Cotización elegida y Mutua de IT (Incapacidad Temporal).
  - Nº de Cuenta Bancaria (particular), para la domiciliación del ITP-AJD (Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados) en caso de aplazamiento y para el pago al RMP (Registro Mercantil Provincial), en el caso de que opte por esta modalidad.
  - Tarjeta de crédito, si elige este sistema para realizar el pago del RMP y el RMC.

- (Sólo en el caso de SLNE) En el caso de que se elija la opción de prepago al RMC (Registro Mercantil Central) para la reserva de denominación social, se deberá aportar el justificante del pago realizado de 13,94€ Dicho importe deberá ingresarse, con anterioridad a la tramitación, en la siguiente cuenta:
    - Nº de Cuenta RMC: 0049 5119 17 2317030510.- Banco Santander Central Hispano.
    - En el documento de pago debe constar:
      - Nombre, apellidos y DNI del Socio que aporta el Nombre a la Denominación Social.
      - Concepto: Denominación SLNE.
      - Beneficiario: Registro Mercantil Central.
  - Para contratación de trabajadores: Contrato o acuerdo de contratación o autorización para cursar el alta en la Seguridad Social.
  - Una dirección de correo electrónico por contratar los servicios de registro de Dominio y un número de tarjeta
4. Ir al PAIT ( punto de asesoramiento e inicio de tramitación ) (IAF) para rellenar el DUE. En este momento se concertará la cita con el notario.
  5. Antes de acudir a la cita con el Notario, abrir la Cuenta Bancaria para el Depósito del Capital Social y realizar el ingreso correspondiente. La entidad bancaria emitirá un certificado para poder acreditar ante el Notario la veracidad de dicho ingreso.
  6. Acudir todos los socios al notario para la firma de la escritura
  7. (Opcional) Existe la posibilidad de obtener el CIF provisional el mismo día en notaría, después de realizar la firma.
  8. Recoger la escritura inscrita en la Notaria
  9. El CIF definitivo lo recibirá en su domicilio.
  10. Como último paso, tenemos la posibilidad de acceder y descargarse el DUE definitivo, a través del área restringida del portal CIRCE.

### **BIBLIOGRAFÍA:**

Para la realización de este proyecto, hemos utilizado diferentes fuentes de información:

- [www.elmundodelcafe.com](http://www.elmundodelcafe.com)
- [www.chocolatesfenix.com](http://www.chocolatesfenix.com)
- Imágenes: fotografías de Internet y [www.discaf.com](http://www.discaf.com)
- [www.fenix-media.com](http://www.fenix-media.com)
- Nuestros propios conocimientos y algunas informaciones de proyectos de años anteriores.
- Información en general en el Buscador “Google”.