BINAS

Banco de Ideas de Negocios Ambientales Sostenibles

Comercialización de productos a granel

Cabildo de Tenerife

Desarrollo Sostenible y Lucha contra el Cambio Climático

Cámara Santa Cruz de Tenerife

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A GRANEL

BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO……...3
I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA 3
I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA..... 4
I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS 7
BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO... 8
II.1- SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO 8
II.2- INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL 11
II.2.1- Fase inicial..... 11
II.2.2- Fase de funcionamiento 12
II.3- INFORMACIÓN ECONÓMICA..... 14
II.3.1- Inversión mínima inicial 14
II.3.2- Umbral de rentabilidad..... 15
II.3.3- Datos del mercado..... 16
II.3.4- Previsión de compras y ventas. 17
II.3.5- Periodo de tiempo estimado para el cálculo de la rentabilidad. 17
II.3.6- Desglose de costes: 18
II.3.7- IPC previsto para ese periodo 19
II.3.8- Amortización 20
II.3.9- Tributos exigibles..... 20
II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad 211
II.3.11- Argumentos comerciales de diferenciación 22
II.3.12- Canales de comercialización 22
II.3.13- Determinación del precio 23
II.3.14- Iniciativas de promoción 23
II.3.15- Ayudas externas 24
II.4- INFORMACIÓN JURÍDICO-ADMINISTRATIVA..... 25
II.4.1- Figura jurídica 25
II.4.2- Trámites generales 25
II.4.3- Trámites específicos..... 26
II.4.4- Normativa a tener en cuenta: 27

BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA

a- Sector: Comercio

b- Subsector: Comercio mayorista y minorista

c- Tipo de Actividad: Comercialización de productos a granel en sus diversas modalidades.

d- Perfil del Emprendedor: Conocimientos del sector y de gestión comercial.

e- Mejoras ambientales:

- Permite la disminución de la cantidad de CO_2 y otros contaminantes que se emiten a la atmósfera procedentes del transporte de mercancías y productos envasados de manera tradicional / individual.
- Contribuye a disminuir la dependencia de los combustibles fósiles, ya que las necesidades de transporte de mercancías son mucho menores debido al transporte en grupo.
- Eliminación de gran parte del consumo de bolsas plásticas y otros envases destinados tradicionalmente a la distrubución de productos, como tuppers plásticos, bolsas plásticas al vacío, bandejas, etc.
- Disminución, de manera general, de las pérdidas originadas por la obsolescencia de los productos de consumo adquiridos de forma tradicional, ya que a granel se pueden obtener las cantidades necesarias para el consumo, evitando excesos obligados por un tipo de envase determinado.
- Reducción drástica en el coste de producción de las mercancías, ya que no es necesario ni su parametrización ni su empaquetado individual.
- Posible reducción del precio de los productos adquiridos por la eliminación de los elementos inecesarios para su distribución y la desaparición del concepto “marca”.

I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

La puesta en marcha de una tienda orientada a la distribución al por mayor y la venta al por menor de productos a granel genera grandes potenciales en el territorio, debido a la prácticamente nula competencia en dicho ámbito comercial.

En los últimos tiempos, y debido al aumento de la conciencia medioambiental de los consumidores, la distribución comerial de productos ha estado, y está, en el punto de mira de los clientes.

De esta forma, cada vez son más las personas que exigen, de manera evidente, a las superficies comerciales y de distribución, la reducción de sus consumos en derivados del plástico o del plástico mismo.

Es así por lo que el consumo de bolsas de plástico se ha reducido de manera importante en los ultimos años, y se comenzó, hace cierto tiempo, a cobrar este tipo de soluciones.

Las compañías de alimentación y distribución comercial son cada vez más conscientes de que la reducción, o eficiencia del packaging de productos, se ha convertido en un elemento diferenciador en cuanto a la venta de los mismos, para un sector cada vez más importante de la sociedad.

Esta tendencia en la reducción o eliminación de ciertos elementos del packaging de productos, como los plásticos (en sus diferentes versiones), las bandejas de poliestireno, los recipientes de vidrio, las innumerables gamas de tamaños y volúmenes, etc, sólo va a continuar creciendo, siendo la sociedad, cada año que pasa, más consciente de la importancia de un cambio en este sentido.

A este respecto, es necesario tener en cuenta cómo la sociedad de consumo crea auténticas ineficiencias en su modelo de comercialización debido a cuestiones de packaging y variedades de producto.

Es por esta razón que, en las grandes superficies comerciales, se pueden encontrar productos en innumerables tamaños diferentes, por ejemplo, en versión individual, versión mini, versión media, versión tamaño familiar, versión tamaño ahorro, versión tamaño maxi, maxi ahorro, super ahorro, etc.

Esta forma de empaquetar los productos causa una restricción de los espacios disponibles, o la necesidad de contar con espacios mucho mayores y, a su vez, causa numerosas pérdidas de producto, ya que no todas la versiones se venden al mismo ritmo o tienen la misma demanda y, a pesar de que las producciones se encuentran ajustadas al mercado, esto produce ciertas ineficiencias.

Asimismo, el enorme consumo de materias primas y de energía en la fabricación de los productos en cuestión, se ve drásticamente reducido, ya que no es necesario realizar la configuración individual del empaquetado del producto con los consiguientes ahorros.

La idea de negocio consiste en el desarrollo de un punto de venta de productos a granel, en el que se comercialice una amplia gama de productos, que pueden ir desde los productos de gran consumo y alimentación hasta los productos de limpieza, belleza, higiene personal, etc.

Esta tienda de productos a granel tendrá como principales clientes aquellas personas de la isla de Tenerife que tengan una conciencia medioambiental desarrrollada, y que entiendan que, a través del consumo responsable en tiendas de comercialización de productos a granel, se puede ayudar a la conservación del medio ambiente y del planeta.

Canarias es de las comunidades autónomas donde el coste y el impacto ecológico de la gran distribución, tiene mayores efectos por las cuestiones de insularidad y ultraperiferia.

Debido a los condicionantes geográficos citados anteriormente, el coste de suministro de los diferentes productos existentes en el mercado, es más alto que en otros territorios, debido a sus costes de transporte y distribución.

Asimismo, estos costes son mayores aún, ya que los productos en su mayoría llegan a las islas previamente configurados en los diferentes tamaños a comercialiar por las grandes superficies y comercios de la región, lo que produce que dicho transporte no sea todo lo eficiente que podría llegar a ser si los productos se transportasen a granel.

A modo de dejar constancia del gran impacto que tiene para la economía y para el medio ambiente el gasto de las familias en la cesta de la compra, en el año 2020 el gasto medio por persona y año en la cesta de la compra en Canarias fue de 1.584 euros, creciendo el mismo en un 17,5% con respecto al año 2019.

En ese año 2019, el gasto medio por persona en Canarias en la cesta de la compra ascenció a 1.348 euros por habitante, por lo que estimamos que este dato se ha de tener en cuenta y seguramente continuará creciendo de manera paulatina, tal y como lo ha estado haciendo en los últimos años, debido al aumento de las condiciones económicas y la mejora de la sociedad del bienestar.

De manera adicional a lo expuesto anteriormente, este tipo de tiendas están siendo denominados “espacios residuo cero” y gozan de una cada vez más importante base de clientes de diferentes niveles adquisitivos.

De igual manera, existen otras tendencias en el mercado de distribución comercial que también pueden ser aplicables a este tipo de tiendas, como la de nuestro proyecto, como son la de comercialización de productos “fair trade” o “comercio justo” y la de “productos kilometro cero”, ambas con un importante impacto dentro del terreno medioambiental y de sostenibilidad debido a sus amplios y numerosos beneficios ecológicos.

Otro concepto a aplicar, y que aporta un mayor conocimiento sobre el origen y características de produccion o cultivo del producto, es el concepto de

"trazabilidad", mediante el cual el consumidor final es consciente de en qué lugar se ha producido o cultivado el producto y bajo qué circunstancias se ha hecho, lo cual aporta transparencia, claridad y honestidad al proceso de cultivo o producción y comercialización o venta.

Asimismo, muchos de estos espacios ejercen la venta de sus productos a través de los canales de comercialización online, bien sean páginas web propias o de terceros, o canales vía redes sociales, aportando este factor una fuente adicional de ingresos muy importante para estos negocios.

En toda Europa, y en concreto en España, ya existen algunas tiendas, prácticamente en cada gran ciudad, dedicadas a la comercialización de una variedad de productos a granel, e incluso existe la posibilidad de adquisición de una tienda franquiciada dedicada a ello por un precio relativamente bajo (https://www.unmundoagranel.es/content/11-franquicias).

A titulo orientativo, en la isla de Tenerife ya existen dos tiendas (al menos que se publiciten como "a granel"), que ofrecen la venta de este tipo de productos, una de ellas situada en Icod de los Vinos, llamada "Tenerife Verde Granel" y otra en la localidad de Tejina denominada "Quinoa tienda Ecológica a Granel".

No obstante, teniendo en cuenta la extensión, población, el ámplio número de ciudades existentes en la isla de Tenerife y el factor del desarrollo continuado de este tipo de tendencias ecológicas con respecto al comercio, creemos que existe un gran potencial de desarrrollo de la actividad propuesta en otras ciudades de la isla.

Este tipo de negocio fomenta la actividad comercial en torno a valores medioambientales y ofrece un servicio innovador en el ámbito de la distribución comercial. Además, proporciona una incuestionable oportunidad de mejora del tejido comercial de la isla, diversificando la oferta y aportando valores diferentes al comercio tradicional.

I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS

a- Descripción del producto y/o servicio:

- Venta al por menor de productos de alimentación a granel.
- Venta al por mayor de productos de alimentación a granel.
- Venta al por menor de diversos productos ecológicos tanto de "comercio justo"" como de "kilometro cero".
- Distribución de todos los anteriores a domicilios y clientes particulares.
- Venta de artículos relacionados como envases para los productos, bolsas de tela, etc.
- Venta de merchandising de la tienda con logotipo y motivos relacionados con los valores ecológicos y medioambientales.

- Venta al por menor de productos de higiene y limpieza a granel.

b- Cliente tipo o destinatario:

- Clientes y consumidores particulares concienciados de la importancia del cuidado del medio ambiente y de los valores de ecología y sostenibilidad.
- Establecimientos de hosteleria y restauración, como bares, cafeterías y restaurantes comprometidos con el cuidado del medio ambiente y la ecología.
- Establecimientos hoteleros, tanto de ciudad como de entornos rurales, comprometidos con el cuidado del medio ambiente y la ecología
- Pequeñas empresas y PYMES comprometidas con el uso responsable de productos de limpieza, la sostenibilidad y el medio ambiente.

BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO

II.1-SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO

La iniciativa sugerida en el presente plan de negocio está basada en la creación, gestión y desarrollo de una tienda de productos a granel que explote las características mencionadas anteriormente, como son la filosofía comercial de "residuo cero", la venta de "productos kilómetro cero" y también el concepto de "productos fair trade" como bases para su éxito.

La instalación de una tienda para la venta de este tipo de productos de 100m2, distribuidos entre espacio de exposición y venta a clientes y almacén de productos, requiere de una inversión inicial de 28.757€.

La gama de productos con la que contará el establecimiento en cuestión será amplia, abarcando diferentes categorías de productos según la demanda, tanto de alimentación y bebida, como de higiene, cuidado personal y limpieza.

Las características principales de los productos comercializados en la misma se han comentado anteriormente, pero de manera adicional a ello, estos productos tendrán que ser distribuidos a granel y cumplir con los criterios de sostenibilidad propios de la marca.

Obviamente y teniendo en cuenta que la variedad de productos será amplia, algunos de ellos dispondrán de un margen más elevado mientras que otros, de manera opuesta, aportarán un menor margen a la operativa del negocio a desarrollar.

El precio de cada uno de los productos se expondrá en posteriores apartados del presente plan de negocio, pero asumiremos, dada su calidad y características propias, que el margen medio de distribución de los mismos será de un 75% sobre el precio de coste.

De manera adicional a lo anterior, también se comercializarán envases ecológicos específicos y bolsas parametrizadas con los logotipos del comercio y diferentes temáticas de tipo "eco", para aquellos clientes que deseen comprarlos para almacenar o transportar los diferentes productos adquiridos en nuestro comercio.

Como complemento, en el sentido de aportar más ingresos a la actividad económica de la tienda, también se realizarán algunos objetos de merchandising para la venta a clientes relacionados con la temática del negocio (sostenibilidad, ecología y medio ambiente) como podrían ser tazas, bandejas, artículos de cocina y menaje, etc.

Para que el proyecto de referencia sea rentable para el emprendedor, se debe vender una cantidad total de productos, en todas sus gamas, categorías y variedades, de aproximadamente 170.000€ anuales.

El empleo generado por la iniciativa en el supuesto desarrollado es de un gestor, promotor o emprendedor del negocio y dos personas adicionales para la atención en la tienda, en sus diferentes horarios de apertura, que pueden ser ayudantes de dependiente/a.

En cuanto al lugar propuesto para instalación de la tienda a granel, este puede ser en cualquier ciudad de la isla de Tenerife, que disponga de una población total de residentes suficiente para dar cabida a este tipo de negocio.

En la actualidad, existen tiendas ecológicas en la isla, dos de ellas disponen de productos a granel (al menos de las que se publicitan en internet), por lo que creemos que el proyecto en cuestión tiene un gran potencial de desarrollo futuro, como se ha explicado anteriormente, debido a sus características innovadoras, ecológicas y sostenibles.

El local en el que se debería ejercer la actividad comercial al por menor deberá estar situado, preferentemente, en una zona de paso o tránsito de personas a pie, o bien ubicado en el centro de la ciudad o núcleo urbano para obtener una mayor afluencia de personas y, consecuentemente, mayores ventas de los productos.

En cuanto a la superficie del mismo, este ha de contar al menos con 100 metros cuadrados, divididos en una gran zona dedicada a la exposición y venta de los productos a comercializar, y otra zona de menor tamaño, que será destinada a almacén de mercancías para su posterior reposición en función a las ventas.

Debido a la propia filosofía del negocio, se procurará no tener grandes cantidades de producto almacenadas, para que las fechas de caducidad no sean un factor relevante y para que la frescura de los alimentos, granos y resto de productos sean un punto fuerte a nuestro favor, como distinción con respecto de los comercios tradicionales.

En cuanto al posicionamiento físico dentro de la tienda de las diferentes gamas de productos, muchos de ellos serán dispuestos directamente en los propios embalajes de transporte en los que son recibidos, como por ejemplo en sacos, de los cuales los clientes podrán hacer uso directamente.

Asimismo, otros tipos de productos también se colocarán en las estanterías, mesas y muebles auxiliares presentes en la tienda, dentro de recipientes metálicos y de cristal, para su venta directa a clientes.

En una zona de la tienda independiente de la zona de alimentación, se dispondrán aquellos artículos que no están relacionados con la alimentación, como los productos de higiene personal y los productos de limpieza, para diferenciar ambas zonas claramente.

Por último, se dispondrá de una zona de cobro a clientes en la que se ubicará un mostrador con el TPV y diversos artículos menores a modo de venta adicional a clientes.

En cuanto a la compra de los productos a proveedores y suministradores, y nuevamente debido a la filosofía “eco” del supuesto desarrollado, esta se realizará solamente a productores que cumplan con los requisitos de cultivo ecológico y sostenible y que sean capaces de suministrar una alta calidad en todos sus productos.

La recepción de estos será realizada normalmente en la propia tienda (con excepción de cuando se recojan en las instalaciones del proveedor), y se almacenarán en las distintas zonas habilitadas al efecto dentro de la misma, dependiendo del tipo de productos que sean y de sus características.

En cuanto a la venta de los productos a clientes finales, esta será tanto presencial como a distancia, ya que también se admitirán pedidos telefónicos y online, que serán llevados a los domicilios de los clientes.

Para ello se dispondrá de un ciclomotor que hará las veces de medio de transporte para la entrega de los productos.

De manera adicional a todo lo anterior, también se procurará establecer canales de venta online, bien sea mediante la creación de una página web específica para el negocio, o bien mediante la creación de perfiles online en las diferentes redes sociales, a través los cuales también se promocionará sus importantes ventajas, tanto para la salud de los clientes, como para el medio ambiente.

II.2- INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL

II.2.1- Fase inicial

a- Instalación

- Tipo: local de al menos 100 m^2 de superficie
- Características:
  - Zona de exposición y venta de productos: en esta zona se dispondrán los productos en sus diferentes modalidades y gamas para la venta a clientes.
  - Zona de atención y cobro a clientes: en la que se realizarán las actividades propias de asesoramiento y cobro a través de los diversos métodos de pago.
  - Almacén: en esta zona ubicada en la zona trasera del local, se dispondrán los productos almacenados para reposición de stocks.

b- Contexto territorial:

- Preferentemente en la zona metropolitana o núcleos urbanos.

c- Equipamiento:

- Acondicionamiento, mobiliario y equipamiento informático de tienda

Acondicionamiento, mobiliario y equipamiento informático			
Descripción	**Unidades**	**Precio* (€)**	**Total (€)**
Obras Acondicionamiento Tienda	1	10.000	10.000
Ordenadores	2	500	1.000
Impresoras multifunción	2	100	200
Mesas	1	150	150
Sillas	2	50	100
Mobiliario (mostrador,estanterías,…etc)	10	250	2.500
Iluminación y Decoración	1	2.000	2.000
Software de Gestión/Ventas/TPV	2	500	1.000
Teléfono móvil	1	150	150
Teléfono fijo	1	50	50
Total			**17.150**

(*) Precio mínimo del mercado en 2021

- Útiles y herramientas

Maquinaria, útiles y herramientas			
Descripción	**Unidades**	**Precio* (€)**	**Total (€)**
Recipientes reutilizables	100	3	300
Bolsas de papel y tela	1000	0,3	300
Recipientes de gran tamaño	50	12	600
Bascula de pesos	1	130	130
Vitrina refrigerada comercio	2	963	1.926
Stock inicial productos	1	5.000	5.000
TOTAL			**8.256**

(*) Precio medio del mercado en 2021

Al entregar bolsas comerciales a sus clientes, deberá adherirse a ECOEMBES o comprar éstas a un distribuidor adherido, para cumplir con la Ley de envases y residuos de envases.

II.2.2- Fase de funcionamiento

a- Recursos Humanos:

- Perfil y demanda de puestos de trabajo
  - Emprendedor: se ocupará de la gestión administrativa y comercial de la empresa, de la compra de productos, la gestión del almacén, etc.
  - 2 Ayudantes de dependiente/a: se ocuparán de la comercialización de los productos a la venta y de la atención a clientes, así como de otras labores como la organización de la tienda, limpieza, etc.

- Cualificación del personal
  - Emprendedor: necesario poseer conocimientos del sector y de gestión comercial o de gestión de tiendas o establecimientos de venta al público. Valorable la formación en administracion de empresas o en gestión de negocios.
  - 2 Ayudantes de dependiente/a: Técnico en comercio o Técnico en actividades comerciales, o Técnico en comercialización de productos alimentarios.

b- Suministros:

En primer lugar, y como suministro más importante para la realización de la actividad de venta, se necesita adquirir el volumen suficiente de productos.

En este sentido, la filosofía del negocio nos invita a contactar con proveedores y suministradores locales y de proximidad, que nos garanticen un flujo estable de productos en el tiempo, para evitar posibles roturas de stock. Por ello, se deberá de buscar proveedores que se encuentren en la zona próxima a la venta, ya que así cumpliremos con el criterio de “kilometro cero”.

Asimismo, estos productores han de ser también ecológicos y sostenibles para cumplir con el criterio de calidad “eco” de la tienda.

Debido a la amplia gama de productos de alimentación presentes en el mercado de producción de Tenerife, se dispone de numerosos artículos que pueden ser comercializados en tiendas especializadas, por lo que el emprendedor deberá de realizar la labor de elección de los mismos, dependiendo de los gustos y necesidades de los clientes de la zona en la que se ubique el comercio a granel.

En cuanto al suministro del resto de productos, los de higiene y limpieza y dada la limitada producción en las islas, solo se distribuirán aquellos que cumplan con los criterios de la tienda, evitando la distribución del resto.

Por último, se debe contar con los suministros menores, en función a su pesos proporcionales en el total, como son el material de oficina, las bolsas y envases, etc.

En cuanto al resto de suministros necesarios para la realización de la actividad de comercio y venta, es necesario contar con los suministros básicos de electricidad, de agua y de líneas de teléfono, tanto fijo como móvil, así como una buea conexión a internet que nos permita estar en contacto constante con los clientes.

II.3- INFORMACIÓN ECONÓMICA

En cuanto a la información económica, el usuario/a de la ficha debe tener en cuenta la fecha de realización de esta, julio de 2021, por lo que es indispensable que actualice las cuantías económicas y las macromagnitudes de referencia que en ella aparecen a la hora de analizar la viabilidad de esta oportunidad de negocio. Para esta actualización, puede hacer uso de las recomendaciones para la actualización económica que se facilitan en la página principal del Banco de Ideas de Negocios Ambientales Sostenibles.

II.3.1- Inversión mínima inicial

Inversión inicial	
Descripción	**Coste (€)**
Derechos notariales	785
Registro mercantil	336
Papel timbrado	10
Gestión	20
Acondicionamiento, mobiliario y equipamiento Informático	17.150
Maquinaria, útiles y herramientas	8.256
Transporte	2.200
Total	**28.757**

Para un proyecto de estas características se debe realizar una inversión media muy reducida, ya que no supera los 30.000€.

De esta inversión inicial, el 60% de la misma está compuesto por el acondicionamiento, mobiliario y equipamiento informático, partida en la que también se incluyen las reformas de acondicionamiento a realizar en el local.

Por otra parte, las máquinas, útiles y herramientas necesarios para el desarrollo de la actividad comercial suponen, en términos porcentuales, el 29% del total de la inversión inicial.

II.3.2- Umbral de rentabilidad

Rentabilidad	
Desembolso inicial	-28.757 €
Flujo de caja* 1	2.945 €
Flujo de caja 2	13.492 €
Flujo de caja 3	25.737 €
K	10%
VAN	4.407 €
TIR	16,5%

*Flujo de caja: En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

La rentabilidad de este proyecto se prevé que será alta, ya que mediante el cálculo del VAN (Valor Actual Neto) se comprueba que se recupera la inversión inicial en los tres primeros años y, además, se obtendrán unos beneficios actualizados de 4.407€ en el tercer año.

Otro requisito que debe cumplirse para que este proyecto sea factible es que la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) sea mayor que k (coste de oportunidad del capital), lo que supondría que dicho proyecto tiene una rentabilidad mayor a la requerida:

El proyecto tiene una rentabilidad del 16,5%.

16,5% > 10% (el requisito se cumple)

Cabe comparar este proyecto de inversión con otro tipo de inversiones que conlleven un menor riesgo, como pueden ser las inversiones de renta fija (aquellas en las que los rendimientos están determinados de antemano), utilizando para ello la Deuda Pública emitida por el Estado (Letras, bonos y obligaciones).

A lo largo de los últimos 5 años, e incluido el año 2020, la Deuda Pública ofreció una rentabilidad aproximadamente de entre el 0% y el 1%, por lo tanto, es más rentable invertir en este proyecto que adquirir una inversión de renta fija de estas características.

II.3.3- Datos del mercado

a- Competencia.

En Tenerife, existen unas pocas empresas que se dedican a esta actividad, principalmente dos, como las mencionadas en anteriores apartados del presente plan de negocio, no obstante, y debido a la filosofía de proximidad del negocio en cuestión, existen numerosas oportunidades para la realización del mismo en ciudades y núcleos urbanos que no disponen de este tipo de comercio.

Como ejemplos evidentes, en Tenerife existen ciudades como Santa Cruz, La Laguna, el Puerto de la Cruz, Los Cristianos, etc., que no cuentan con tiendas de este tipo, o no son promocionadas como tales, por lo que sería un buen comienzo la ubicación de esta en uno de estos centros urbanos.

Asimismo, la posibilidad de entrega a domicilio de los productos a los clientes finales, también abre el abanico de consumidores que pueden hacer uso de los servicios de la empresa, independientemente de su ubicación física.

En cuanto a las previsiones de crecimiento de la competencia, se supone que esta va a crecer, ya que las tiendas a granel están gozando de amplia aceptación por parte de un tipo específico de clientes. No obstante, y como mencionamos anteriormente, existen amplísimas oportunidades de implantación en casi todos los núcleos urbanos de la isla.

b- Demanda

Los clientes potenciales de la presente propuesta de negocio, son aquellos que se sienten comprometidos con los valores de la ecología, la sostenibilidad y el medio ambiente, enmarcados en los productos “kilómetro cero”, los “fair trade” y los ecológicos.

Este consumo responsable, normalmente se produce en clientes con un tipo de poder adquisitivo medio, medio-alto y alto, debido a su mayor disponibilidad económica y asimismo, hace que nuestros clientes sean fieles a estos valores “eco” de manera constante y mantenida en el tiempo.

De igual forma, y debido a las tendencias actuales del mercado de venta de productos de alimentación, cada vez más personas se sienten atraídas por estos modelos de negocio innovadores y sostenibles, por lo que las previsiones de ventas a futuro se estiman muy positivas, con crecimientos estimados en el entorno del 10% al 15% anuales.

II.3.4- Previsión de compras y ventas.

Materias primas			
Descripción	**Unidades**	**Precio (€)**	**Total anual (€)**
Reposicion Productos Alimentación	1	50.000,00	50.000,00
Reposicion productos higiene y belleza	1	15.000,00	15.000,00
Reposición productos limpieza	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL			**80.000,00**

Previsión de ventas Año 1		
Descripción	Precio (€)	Total (€)
Ventas productos a granel particulares	68.000,00	136.000,00
Venta productos a granel al por mayor	12.000,00	18.000,00
Venta de envases ecológicos	1.800,00	10.800,00
Venta de merchandising tienda	1.080,00	5.400,00
Total		**170.200,00**

Como se puede observar en la primera de las tablas anteriores, las previsiones de compras de productos para el primer año de actividad de la tienda a granel se sitúan en 80.000 euros, distribuidos a lo largo del año.

En cuanto a las ventas esperadas, estas alcanzarían potencialmente los 170.200 euros, teniendo en cuenta los márgenes de productos aplicados a cada una de las diferentes variedades y gamas existentes en la tienda.

De manera adicional, estas previsiones están orientadas a un mercado tal y como se encuentra en la actualidad, por lo que cualquier aumento previsible en la concienciación de la población, en los valores mencionados o en los hábitos de consumo, incrementará de manera notable estas previsiones de ventas, mejorado la rentabilidad del negocio.

II.3.5- Periodo de tiempo estimado para el cálculo de la rentabilidad.

Se ha estimado un período de 3 años para calcular la rentabilidad del negocio analizado, ya que según el Pay Back (mide cuándo se recupera la inversión inicial), se recuperarán los 28.757 € que se han invertido en 2 años y 6 meses, es decir, en los tres primeros años.

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	170.200 €	190.964 €	214.262 €
(-) Costes Totales	167.562 €	174.264 €	181.235 €
(-) Amortizaciones	3.867 €	3.867 €	3.867 €
(-) Otros costes de explotación	0 €	0 €	0 €
(+) Subvenciones a la explotación	0 €	0 €	0 €
BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN	-1.229 €	12.833 €	29.160 €
Ingresos procedentes de inversiones financieras	0 €	0 €	0 €
(±) Resultados extraordinarios	0 €	0 €	0 €
BENEFICIOS ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	-1.229 €	12.833 €	29.160 €
(-) Intereses	0 €	0 €	0 €
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	-1.229 €	12.833 €	29.160 €
(-) Impuestos	0 €	0 €	0 €
BENEFICIO NETO	-922 €	9.625 €	21.870 €
(+) Amortizaciones	3.867 €	3.867 €	3.867 €
(+) Valor residual en su caso	0 €	0 €	0 €
(-) Desembolso inversión inicial (si se efectúa en varios años)	0 €	0 €	0 €
(-) Necesidades del fondo de maniobra	0 €	0 €	0 €
(+) Recuperaciones del fondo de maniobra	0 €	0 €	0 €
RENDIMIENTO NETO O FLUJO DE CAJA	**2.945 €**	**13.492 €**	**25.737 €**

II.3.6- Desglose de costes:

Instalaciones			
Descripción	Unidades (m^2)	Precio (€)	Total mensual (€)
Alquiler oficina (10€/m^2)	100	5,00	500,00
Total			**500,00**

Costes totales de personal incluyendo seguridad social a cargo de la empresa y seguro de autónomo del emprendedor/a			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total mensual (€)
Emprendedor	1	1.856	1.856
Ayudantes de dependiente	2	1.242	2.484
Total			**4.341**

Costes fijos			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total Anual (€)
Costes de personal	14	4.341	60.776
Alquiler de Local/Nave/Terreno	12	500	6.000
Asesoría laboral, contable y fiscal	12	250	3.000
Limpieza	12	50	600
Material de oficina	12	100	1.200
Seguro vehículo	1	200	200
IVTM	1	36	36
Agua	6	100	600
Teléfono Internet	12	100	1.200
Basura	1	150	150
Publicidad	12	500	6.000
TOTAL			**79.761,99**

Como se puede observar en el cuadro de desglose de costes, el personal equivale aproximadamente a un 75% del total de costes fijos de la actividad comercial, mientras que el alquiler de la superficie o local comercial y la publicidad representan el 7% cada uno.

II.3.7- IPC previsto para ese periodo

Ventas netas Año 2		
Ventas año 1 (€)	Δ FACTURACION	Total anual año 2 (€)
170.200,00	10,00%	190.964,40
Costes Totales Año 2		
Costes Totales año 1 (€)	Δ COSTES	Total anual año 2 (€)
167.561,99	2,00%	174.264,47

Ventas netas Año 3		
Ventas año 2 (€)	Δ FACTURACION	Total anual año 3 (€)
190.964,40	10,00%	214.262,06
Costes Totales Año 3		
Costes Totales año 2 (€)	Δ COSTES	Total anual año 3 (€)
174.264,47	2,00%	181.235,05

La estimación del IPC se hace a título orientativo y referencial, tomando como referencia las previsiones de los diferentes organismos tanto nacionales como europeos.

II.3.8- Amortización

Amortización				
Mobiliario:				
Descripción	Precio (€)	Porcentaje	Años	Total (€)
Equipamientos informáticos	1.400,00	25,00%	4	350,00
Mobiliario de oficina	2.750,00	10,00%	10	275,00
Programa informático	1.000,00	33,00%	3	330,00
Acondicionamiento	12.000,00	12,00%	8	1.440,00
Transporte:				
Vehículo comercial	2.200,00	20,00%	5	440,00
Maquinaria, útiles y herramientas				
Maquinaria, útiles y herramientas	8.256,00	12,50%	8	1.032,00
TOTAL				**3.867,00**

Se ha aplicado el método de amortización lineal o de cuotas fijas en el que, como su propio nombre indica, las cuotas de amortización son constantes.

II.3.9- Tributos exigibles

En el supuesto que se desarrolla en esta ficha se ha considerado que el emprendedor constituirá una Sociedad de Responsabilidad Limitada, por lo tanto, tributará por el Impuesto sobre Sociedades.

Impuesto sobre sociedades
Se aplica el porcentaje adjudicado a las empresas de reducida dimensión: 25%

El usuario/a de la ficha encontrará toda la información sobre el Impuesto sobre Sociedades y sobre el tipo impositivo a aplicar, en el apartado correspondiente de la web www.creacionempresas.com

II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad

a- Valor más favorable.

Rentabilidad si k=8	
Desembolso inicial	-28.757 €
Flujo de caja 1	2.945 €
Flujo de caja 2	13.492 €
Flujo de caja 3	25.737 €
Rentabilidad si k=8	
k	8%
VAN	5.967 €
TIR	16,5%

Rentabilidad si las ventas aumentan un 20%	
Desembolso inicial	-28.757 €
Flujo de caja 1	15.305 €
Flujo de caja 2	31.216 €
Flujo de caja 3	49.352 €
Rentabilidad si las ventas aumentan un 20%	
K	10%
VAN	48.034 €
TIR	73,15%

Como se puede observar, si k (coste de oportunidad del capital) disminuye a un 8%, la rentabilidad de la inversión se mantiene en el 16,5% y los beneficios actualizados para el tercer año aumentan en 1.560 €.

Si las ventas previstas para el período de 3 años aumentaran un 20%, la rentabilidad de la inversión aumentaría del 16,5% al 73,15% y los beneficios actualizados para el tercer año se incrementarían en 43.627 €.

b- Valor menos favorable.

Rentabilidad si k=12	
Desembolso inicial	-28.757 €
Flujo de caja 1	2.945 €
Flujo de caja 2	13.492 €
Flujo de caja 3	25.737 €
k	12%
VAN	2.947 €
TIR	15,62%

Rentabilidad si las ventas disminuyen un 20%	
Desembolso inicial	-28.757 €
Flujo de caja 1	-15.402 €
Flujo de caja 2	-1.821 €
Flujo de caja 3	13.724 €
K	10%
VAN	-33.951 €
TIR	No estimable

Como se puede observar, si k (coste de oportunidad del capital) aumenta a un 12%, la rentabilidad de la inversión se mantiene, pero los beneficios actualizados para el tercer año disminuyen en 1.459€.

Si las ventas previstas para el período de 3 años disminuyeran un 20%, la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) no sería estimable y, por lo tanto, el proyecto no es rentable.

II.3.11- Argumentos comerciales de diferenciación

Para la diferenciación de la competencia, se informará a los clientes potenciales de las ventajas y beneficios que tiene nuestro servicio a través de varios canales de comunicación, como son en la propia tienda a granel, en las redes sociales y en nuestra página web (coste no incluido en el presente plan de negocio).

Para ello, se realizarán acciones informativas en las cuales se detallarán los beneficios de los productos comercializados en sus diferentes gamas y variedades, haciendo especial énfasis en los beneficios tanto para las personas como para el entorno.

Nuevamente y a modo de resumen, se potenciarán los siguientes aspectos de nuestra tienda:

- Empresa dedicada a la venta de productos a granel ecológicos y sostenibles.
- Empresa consciente de los valores de productos “kilometro cero” y “fair trade”.
- No se comercializán productos que dañen el medio ambiente en ninguna de las gamas a la venta.
- Se tienen en cuenta solamente proveedores que cumplan con los requisitos de sostenibilidad promocionados por la marca.

II.3.12- Canales de comercialización

Tal y como se ha mencionado con anterioridad, la comercialización principal de los productos a la venta será la directa en la propia tienda a granel.

De manera adicional, y como también se ha mencionado, se habilitarán canales de comercialización indirecta para pedidos vía telefónica, internet o redes sociales y, asimismo, para pedidos de empresas, para los cuales se permitirá la recogida de los productos en la propia tienda o se habilitará el envío al domicilio o instalaciones del cliente.

Con la empresa ya en funcionamiento, se puede implementar el canal adicional de pedidos a través de la página web de la propia empresa o incluso una pasarela de pago para favorecer las ventas.

De manera adicional, también se puede participar en alguna de las plataformas de tiendas especializadas presentes online, para aprovechar el tirón mediático y promocional de las mismas, siendo parte del movimiento a granel/ecológico y como punta de lanza del negocio en la isla de Tenerife.

II.3.13- Determinación del precio

En cuanto a la determinación del precio de venta, se ha estimado un margen de beneficio medio para el global de productos comercializados en la tienda, ya que cada tipo de venta individual dispone de un margen diferente.

Para esta determinación del margen de beneficio genérico de la actividad, se han estudiado diversas publicaciones y analizado negocios de carácter similar al propuesto en el presente plan, obteniendo los resultados de márgenes descritos en el apartado anterior, del 75% aproximado para la gama de productos comercializada.

II.3.14- Iniciativas de promoción

Con referencia a las iniciativas de promoción que se deberían llevar a cabo para garantizar el éxito de la presente idea de negocio, se propone la realización de campañas comerciales a nivel local en las cuales se potencien las virtudes, tanto de los productos comercializados en sí, como de la protección del medio ambiente a través del consumo responsable.

Estas campañas de comercialización y de concienciación de las personas podrán ser realizadas a través de los diferentes medios de comunicación disponibles en la isla de Tenerife, como pueden ser las radios y televisiones locales, los medios escritos a nivel local o provincial, las redes sociales y plataformas especializadas, etc.

También se recomienda la asistencia a ferias, exposiciones y eventos que tengan relación con el sector de la alimentación o la distribución, así como a aquellas de productores locales en las que se comercialicen productos ecológicos.

De manera adicional a todo esto, se podrían hacer acciones de venta en los mercados tradicionales, mercadillos o mercados de agricultores en los diferentes puntos ubicados en la isla, para dar a conocer la tienda a granel y fomentar las visitas de clientes que no sean de la zona específica donde se ubique la misma.

II.3.15- Ayudas externas

El emprendedor pueda acceder al asesoramiento e información sobre fuentes de financiación que ofrecen las siguientes instituciones, entre otras:

- Cabildo de Tenerife:
http://www.tenerife.es
- Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife:
http://www.camaratenerife.com
- Emprende.ull:
http://fg.ull.es/emprendeull/
- Gobierno de Canarias:
http://www.gobiernodecanarias.org
- Servicio Canario de Empleo:
http://www3.gobiernodecanarias.org/empleo/portal/web/sce
- ICO (Instituto de Crédito Oficial):
https://www.ico.es/web/ico/sobre-ico

- Guía de financiación comunitaria:
http://www.guiafc.com
- IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía):
http://www.idae.es/index.php

II.4- INFORMACIÓN JURÍDICO-ADMINISTRATIVA

II.4.1- Figura jurídica

En el supuesto que se desarrolla en esta ficha se ha considerado que el emprendedor constituirá una Sociedad Limitada, donde cabe la aportación de capital por parte de los socios, siendo denominado participaciones. Es una sociedad mercantil que debe estar inscrita en el Registro Mercantil y desde este momento tendrá la consideración de sociedad de responsabilidad limitada, adquiriendo su personalidad jurídica.

Para la elección de la forma jurídica y analizar sus condicionantes, se recomienda acceder a la información sobre forma jurídica, en el apartado correspondiente de la web www.creacionempresas.com

Los trámites de constitución de la sociedad son los siguientes:

a- Certificación negativa de denominación

b- Aportación de capital social

c- Redacción de los Estatutos de la Sociedad

d- Otorgamiento de Escritura Pública de Constitución y aprobación de los Estatutos

e- Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)

f- Alta en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD)

g- Inscripción en el Registro Mercantil Insular

h- Publicación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME)

Los trámites para iniciar la actividad son los siguientes:

II.4.2- Trámites generales

a- Trámites previos

- Licencias municipales
  - Licencia de obra: Cuando sea necesario llevar a cabo obras para acondicionar el local, debe dirigirse al ayuntamiento de la localidad en la que se va a implantar el negocio.
  - Licencia de apertura: Se solicitará en el ayuntamiento correspondiente dónde se establezca la empresa.

- Licencia de vado: Se solicitará en el ayuntamiento correspondiente dónde se establezca la empresa.

- Formalización del contrato de arrendamiento: se alquilará un local de 100m^2 por la cantidad de 500€ al mes.

b- Trámites de apertura:

- Hacienda Estatal

  - Declaración Censal

- Gobierno de Canarias:

  - Alta en el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC).
  - Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo.
  - Hojas de reclamaciones y cartel anunciador.

- Tesorería de la Seguridad Social:

  - Inscripción de la empresa en el régimen de la Seguridad Social
  - Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos
  - Afiliación y alta de los trabajadores

c- Otros trámites de apertura

- Registro de la Propiedad Industrial:

  - No es de obligado cumplimiento. El nombre comercial es el signo distintivo de esta empresa con respecto a otras de similares características y, por lo tanto, se debe dirigir a la Oficina Española de Patentes y Marcas. En Tenerife acudimos a la Dirección General de Industria y Energía, en el Registro de la Propiedad Industrial.

II.4.3- Trámites específicos

a- Carné:

- Permiso de conducción para ciclomotores

b- Comunicación para la inscripción en el Registro de Comerciantes y Comercios de Canarias.

c- Registro general sanitario de empresas alimentarias y alimentos.

d- Comunicación previa de empresas alimentarias de comercio al por menor a incluir en el registro autonómico sanitario.

II.4.4- Normativa a tener en cuenta:

- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 34/ 2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Real Decreto 191/2011, de 18 de febrero, sobre registro general sanitario de empresas alimenticias y alimentos.
- Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.
- Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases.