EVCArrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

R10.3. Anexo I. Plan de negocio Terra Capra

evc ÁRRAGO
economía verde circular

¡Participa, Regenera, Innova!

PLAN
DE EMPRESA

ACELERADORA DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO

Valle del Árrago
Sierra de Gata -Extremadura



Más información: **ARRAGOPARTICIPA.COM**

GOBIERNO DE ESPAÑA
VICEPRESIDENCIA TERCERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO
Fundación Biodiversidad
Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU

TERRA CAPRA

Promotora: Érica Aibar Campano

Diciembre de 2025

Índice

1. Plan de Empresa General

   1.1. Datos del Proyecto

   1.2. Resumen Ejecutivo

2. Descripción de la Actividad

   2.0. Descripción global del proyecto

   2.1. Productos y Servicios

   2.2. Aspectos Diferenciales

   2.3. Cobertura de Necesidades

   2.4. Propiedad Industrial

3. Análisis de Mercado

   3.1. Características del Mercado

   3.2. Análisis del Entorno

   3.3. Análisis de la Demanda

   3.4. Análisis de la Competencia

4. Marketing y Comercialización

   4.1. Establecimiento de Precios

   4.2. Canales de Distribución

   4.3. Comunicación y Promoción

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

5. Recursos Técnicos

5.1. Infraestructuras e Instalaciones

5.2. Equipamiento Necesario

5.3. Proceso Productivo

6. Recursos Humanos

6.1. Estructura Organizativa

6.2. Descripción de los Puestos de Trabajo

6.3. Gestión de los Recursos Humanos

7. Forma Jurídica

8. Análisis Estratégico

8.1. Análisis DAFO

9. Plan de Acción

10. Plan Económico-Financiero

10.1. Inversión Inicial

10.2. Necesidades de Financiación

10.3. Financiaciones

10.4. Ingresos por Ventas

10.5. Costes de Producción

10.6. Compras y Gastos Generales

10.7. Gastos de Personal

10.8. Amortización Contable

10.9. Liquidación de IVA

10.10. Flujo de Caja

10.11. Cuenta de Resultados

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

1. Plan de Empresa General

1.1. Datos del Proyecto

- Promotora: Érica Aibar Campano

• Denominación: Terra Capra

• Ubicación: Cadalso Valle del Árrago (Extremadura).

1.2. Resumen Ejecutivo

Terra Capra es un proyecto agroalimentario y experiencial ubicado en el Valle del Árrago (Sierra de Gata, Cáceres), basado en la elaboración artesanal de quesos de cabra de leche cruda con enfoque ecológico y en la creación de experiencias de cata, degustación y actividades divulgativas vinculadas al territorio. El modelo de negocio combina una base productiva (quesería en funcionamiento) con líneas complementarias orientadas a la visita, la educación y la venta directa (en la propia quesería, mediante una unidad móvil y a través de canales online). Esta integración —producto, experiencia y diseño— permite capturar mayor valor añadido, diversificar ingresos y reforzar la resiliencia del proyecto ante la estacionalidad del turismo y la volatilidad del mercado. El plan se orienta a consolidar la marca Terra Capra como referente de queso ecológico de autor y de turismo agroalimentario sostenible, mediante una implementación por fases: mejora del espacio experiencial y de atención al visitante, profesionalización comercial y digital, y desarrollo progresivo de alianzas y canales de distribución.

2. Descripción de la Actividad

2.1. Productos y Servicios

Características

Terra Capra es un proyecto familiar, de economía circular verde, que nace primero con la creación del rebaño, y después da vida a la quesería para la búsqueda de un valor real a la leche, ofreciendo un producto nostálgico y muy apreciado en la sierra.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

Nuestros valores son el bienestar animal, respeto y cuidado del medio ambiente, y la contribución a la no despoblación del medio rural. Para conseguirlo queremos combinar la producción de quesos artesanos con la fusión de una experiencia turística vinculada al territorio y al producto. Productos:

1. QUESOS ARTESANOS ECOLÓGICOS DE LECHE CRUDA La siguiente línea corresponde a una de las actividades de la empresa que ya se encuentra en funcionamiento. La incluimos en este plan de empresa porque su naturaleza y características diferenciales son las que aportan valor y sostienen el resto de actividades de Terra Capra, especialmente aquellas vinculadas a la experiencia, la calidad del producto y su conexión con el territorio. En este sentido, es la calidad de los quesos y sus características artesanales y organolépticas la que permitirá que la experiencia turística asociada a su elaboración y degustación adquiera un valor distintivo, reforzando la identidad y el atractivo de la marca Terra Capra.

Descripción:

Elaboración de diversos tipos de queso de cabra, con leche cruda procedente de ganadería propia en pastoreo extensivo, en el Valle del Árrago. Se trabaja con lotes pequeños para garantizar calidad, trazabilidad y exclusividad.

Cualidades y especificaciones técnicas:

Leche cruda de cabra, sin pasteurizar, lo cual permite conservar la microbiota original, la diversidad de sabores y la personalidad del producto. Uso mínimo de ingredientes: leche, fermentos tradicionales, cuajo, sal. No aditivos, no estabilizantes. Producción artesanal, en lotes reducidos, intervención manual relevante (corte de cuajada, prensado, salado, afinado) lo cual garantiza carácter único del queso. Variedades de maduración diferente: fresca, semi-curada, pasta blanda tipo camembert o láctico; lo que permitirá llegar a distintos perfiles de consumidor. Enfoque ecológico: ganadería extensiva, alimentación natural de las cabras, respeto al entorno, lo que suma valor para el consumidor premium. Características de presentación externas (envases, etiquetas, embalaje, colores): Envase pensado para reflejar el carácter artesanal y ecológico: etiquetas minimalistas en tonos crudos, lino o papel reciclado, tipografía que evoque el entorno rural moderno. Etiqueta con información clara: tipo de leche, fecha de elaboración, tiempo de maduración, recomendaciones de degustación y origen de la leche (ganadería propia). Esto

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

responde al criterio de transparencia que exige el consumidor de producto artesanal.

2 SERVICIO: CATAS Y DEGUSTACIONES SENSORIALES EN ESPACIO TERRA CAPRA

Descripción:

Organización de sesiones de cata de quesos para grupos reducidos (10-30 personas) en el espacio terraza/porche de Terra Capra, ambientado en naturaleza. Incluye presentación del origen del queso, recorrido por la ganadería, explicación del proceso de elaboración y degustación guiada con maridajes (vino local, pan artesano, hierbas).

Cualidades y especificaciones técnicas:

Experiencia inmersiva: se introduce al participante en el entorno de producción (ganadería, paisajes), lo que añade valor experiencial y educativo. Atención personalizada: grupos reducidos permiten interacción directa, preguntas, control de la experiencia. Maridajes acompañados por explicación técnica (perfil sensorial del queso: textura, aroma, sabor, curación) y referencias de maridaje. Material didáctico: ficha del queso, hoja de cata, aromas y textura a identificar, uso de audiovisuales (televisor, proyector) para mostrar proceso de elaboración. Logística de servicio en terraza: mobiliario de alto valor estético (mesas altas, taburetes, iluminación cálida), entorno plantado con vegetación mediterránea, asegurando confort, estética y coherencia con marca.

Características de presentación externas:

La presentación de la sesión: bienvenida con bebida de cortesía, mesa adornada con mantelería de lino o algodón crudo, tablas de madera para el queso, cerámica artesanal, servilletas de lino, rótulo “Terra Capra” en madera quemada. Ambiente visual y sensorial coherente: iluminación cálida, madera vista, hierro envejecido, tonos naturales. Material gráfico: carpeta de bienvenida, hoja de cata con diseño limpio, logotipo Terra Capra, colores de marca, tipografía moderna-rústica. Packaging de degustación para llevar: mini seleccionados de queso con mini etiqueta Terra Capra, que los participantes pueden adquirir al final de la sesión.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

3 SERVICIO: TALLERES EDUCATIVOS Y CULTURALES - EXPERIENCIA QUESERA

Descripción:

Talleres prácticos de elaboración de queso artesanal, divulgación agroecológica y actividades de naturaleza para colegios, colectivos y turismo. Incluye teoría, práctica (hacer un queso simple), degustación y material educativo para llevar.

Cualidades y especificaciones técnicas:

Actividad vivencial: desde la ordeña o presentación de cabras hasta el prensado y salado del queso, adaptado al grupo. Contenido educativo: estructura del taller, ficha didáctica, explicación de la ganadería extensiva, sostenibilidad, circuitos alimentarios. Enfoque adaptado: talleres para diferentes públicos (familias, niños, adultos, empresas) con contenidos modulables. Inclusión de material práctico: kit para cada participante (delantal, gorro, tabla, moldes pequeños) con branding Terra Capra.

Características de presentación externas:

Espacio diseñado para taller: mesa tipo banco de trabajo de madera, utensilios limpios, señalética de madera o pizarra, ambiente natural. Material gráfico: cuadernillo del taller, ficha de actividad realizada, certificado de participación con logotipo Terra Capra. Elementos de marca: delantal con logo, gorro, etiqueta del kit con diseño coherente (colores naturales, tipografía rural-moderna).

4 SERVICIO: QUESONETA (FOOD TRUCK TERRA CAPRA)

Descripción:

Unidad móvil que lleva la marca Terra Capra a ferias, mercados, eventos gastronómicos. Ofrece degustaciones, venta directa de queso, mini-catas en movimiento y promoción de la marca.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

Cualidades y especificaciones técnicas:

Móvil y flexible: adaptada a distintos tipos de eventos, montajes rápidos, marca visible y coherente. Experiencia de marca "on-the-move": entorno cuidado, mobiliario plegable de madera, luz cálida, vegetación portátil o elementos naturales para continuidad de marca. Venta in situ: producto principal (queso) + complementarios (vino local, pan artesano) + posibilidad de inscripciones para catas en la quesería. Comunicación directa y marketing vivo: interacción con público, generación de leads para visitas en quesería, venta de productos offline.

Características de presentación externas:

Diseño del vehículo exterior con branding Terra Capra: logotipo grande, colores naturales, imagen de cabra y paisaje. Barra exterior de madera y hierro, iluminación puntual, taburetes altos para sesión informal. Mobiliario accesorio: mesas altas, taburetes, bancos de madera, ambientación verde con plantas. Packaging de venta para evento: cajas pequeñas con sello Terra Capra, bolsas recicladas, etiquetas informativas.

5 SERVICIO: TIENDA RURAL Y ONLINE EXPERIENCIAL

Descripción: Punto de venta directo en la quesería + tienda online con productos Terra Capra y complementarios (miel, vino local, pan artesano, hierbas de la zona). Marca con identidad, experiencia de compra prolongada, que permite a los consumidores seguir disfrutando de la experiencia en sus hogares.

Cualidades y especificaciones técnicas:

Venta directa desde origen: elimina intermediarios, el consumidor valora conexión con productor. Curaduría de productos locales de cercanía, coherentes con los valores de Terra Capra (eco-, local, artesanal). Servicio de envío online: elaboración de lotes gourmet Terra Capra, con packaging diseñado, envío refrigerado si es necesario. Atención al cliente personalizada: asesoramiento sobre conservación, maridaje, storytelling del producto.

Características de presentación externas:

Tienda física con diseño rural elegante: madera clara, mobiliario sencillo, vegetación, materiales naturales. Packaging para envío: caja kraft con logotipo, cierre de cordel, hoja de información, etiquetas individuales de los

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

productos. Tienda online: imágenes profesionales, paleta de colores coherente (blanco roto, verde oliva, madera natural), tipografía limpia, descripción detallada del producto.

2.2. Aspectos Diferenciales

El proyecto Terra Capra se diferencia dentro del sector quesero artesanal y del turismo rural por integrar tres dimensiones que raramente coinciden en un mismo modelo de negocio: 1. Producción artesanal ecológica de leche cruda con ganadería propia en pastoreo extensivo. 2. Experiencias culturales y gastronómicas que conectan el producto con su territorio, el oficio y el visitante. 3. Diseño rural contemporáneo, que combina estética moderna, confort y coherencia con los valores ecológicos y artesanales de la marca. Esta triple convergencia —producto, experiencia y diseño— constituye el núcleo de lvalor diferencial de Terra Capra, que se traduce en una oferta auténtica, educativa y sensorialmente memorable, difícil de replicar por la competencia.

2.3. Cobertura de Necesidades

La propuesta de Terra Capra responde a necesidades emergentes del consumidor y del turismo rural:

• Acceso a productos ecológicos, de cercanía y con trazabilidad real, elaborados en pequeña escala y con identidad.

• Búsqueda de experiencias auténticas en el medio rural, que combinen gastronomía, aprendizaje y conexión con el territorio.

• Necesidad de propuestas culturales y educativas para grupos (familias, centros educativos, colectivos), capaces de poner en valor oficios y procesos agroalimentarios.

• Preferencia por modelos de compra directa (origen) y por formatos híbridos (tienda física + online) que permitan mantener el vínculo con la marca más allá de la visita.

En este contexto, Terra Capra cubre tanto la demanda de queso artesanal ecológico como la demanda de vivencias y contenidos asociados (catas, talleres, visitas), integrando estética de espacio, relato de marca y atención personalizada.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

2.4. Propiedad Industrial

Registro de la marca “Terra Capra”

- Registrar en la OEPM el nombre y logotipo en clases 29 (quesos) y 43 (catas y degustaciones).

- Coste aproximado: 125–150€ por clase. Vigencia de 10 años, renovable.

- Posible ampliación a nivel europeo (EUIPO).

Protección del logotipo y diseño visual

- Incluir el logotipo en el registro de marca mixta.

- Registrar el diseño industrial (etiquetas, packaging o mobiliario) en la OEPM.

- Coste aproximado: 70–100€. Vigencia 5 años renovable hasta 25.

Propiedad intelectual

- Registrar textos, fotografías y materiales educativos en el Registro de la Propiedad Intelectual o en Safe Creative.

- Protección automática al crear, pero recomendable registro oficial.

Modelo de utilidad / patente (opcional futuro)

- Si se desarrolla una innovación técnica en fermentación o conservación.

3. Análisis de Mercado

3.1. Características del Mercado

El mercado en el que se inscribe Terra Capra opera en dos ámbitos principales: el sector de los productos lácteos artesanos ecológicos y el del turismo rural-gastronómico experiencial. Productos lácteos ecológicos Existe una creciente demanda en España de quesos elaborados con leche ecológica, como respuesta al deseo de los consumidores por productos de mayor calidad, trazabilidad y sostenibilidad. Por ejemplo, en tiendas especializadas se ofertan quesos ecológicos de cabra y oveja a precios claramente superiores a los convencionales. Come de la Huerta Los formatos de quesos ecológicos se comercializan ya por diversos productores, lo que muestra que el mercado

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

está presente y que los consumidores están dispuestos a pagar más. shop.veritas.es Dentro del sector quesero artesanal, la especialización en leche cruda o en tipos poco comunes (como quesos de pasta blanda de cabra ecológicos) configura un nicho con menos competencia directa. Turismo rural-gastronómico y experiencias agroalimentarias El turismo rural en España ha alcanzado cifras récord recientemente, con un crecimiento notable en modalidades que combinan naturaleza, gastronomía y experiencias en origen. ruralregionalmurcia.ruralvia.com El turismo gastronómico, y más específicamente el "agroturismo" o la experiencia de producto en origen, es una tendencia al alza: los visitantes buscan autenticidad, cercanía con el productor y experiencias que ligan cultura, paisaje y gastronomía. Diario ABC Estas tendencias favorecen un emprendimiento que combina producción ecológica, visita a la ganadería, degustaciones y talleres, dentro de un entorno rural atractivo. En resumen, Terra Capra se inserta en segmentos de mercado con dinamismo (productos ecológicos de calidad y turismo experiencial rural) y dispone de palancas reales de crecimiento.

3.2. Análisis del Entorno

El entorno en el que desarrollará su actividad Terra Capra presenta tanto oportunidades como condicionantes que conviene abordar. Oportunidades del entorno Ubicación en la zona del Valle del Árrago (comarca de la Sierra de Gata, Extremadura), un entorno natural todavía poco masificado. Permite ofrecer una experiencia auténtica, ligada al paisaje, la ganadería extensiva y la naturaleza. La región de Extremadura está identificada como destino que apuesta por el "slow-life", por la autenticidad rural y la gastronomía de proximidad. ElHuffPost La diversificación del turismo rural hacia experiencias más allá del alojamiento (agroturismo, gastronomía, producción en origen) abre vías para proyectos que combinen producción y experiencia. ruralregionalmurcia.ruralvia.com Un consumidor cada vez más informado y exigente que valora los productos ecológicos, artesanales, de cercanía y con historia detrás. Condicionantes y amenazas del entorno La despoblación y el envejecimiento de la población rural pueden suponer tanto un obstáculo como una oportunidad. Requiere inversión en profesionalización, marketing digital y accesibilidad. La competencia creciente de otras zonas que también apuestan por el turismo experiencial rural hace necesario diferenciar de forma clara. Las exigencias legales y sanitarias para producción con leche cruda, así como la logística de distribución en zonas de interior, pueden encarecer costes. La estacionalidad del turismo rural puede provocar altibajos en la demanda de

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

servicios de cata/talleres, lo que exige diseño de oferta con capacidad para diversificarse.

3.3. Análisis de la Demanda

La demanda que interesa para Terra Capra se segmenta en varios perfiles con motivaciones, comportamientos de compra y disposición a gastar diferentes. Segmentación de la demanda Consumidor gourmet/ecológico: Clientes que buscan quesos de alta calidad, ecológicos, con historia de origen. Valoran la trazabilidad, ingredientes mínimos, producción artesanal y están dispuestos a pagar un precio premium. Turista rural-gastronómico: Visitantes de interior interesados en naturaleza, gastronomía y experiencias auténticas. Buscan algo más que una escapada: quieren vivencias que combinen paisaje, producto y cultura. Grupos educativos y colectivos: Escuelas, asociaciones, grupos de empresas que buscan talleres, actividades didácticas sobre producción agroalimentaria sostenible, nutrición, naturaleza. Mercados de proximidad y tiendas especializadas: Distribución física o online para venta del queso ecológico, complementada por la experiencia de cliente. Capacidad de gasto y disposición En la comercialización de quesos ecológicos de cabra se observan precios que superan los 15 €/unidad para piezas de 400-600 g. Come de la Huerta En turismo rural-gastronómico, la experiencia premium (incluyendo visita, cata, maridaje, taller) permite tarifas superiores a una actividad estándar, lo que genera mayor margen. La demanda de experiencias únicas y la posibilidad de fidelización (repetición de visita, recomendación, venta directa) refuerzan la viabilidad. Factores que impulsan la demanda Interés creciente por alimentación saludable, ecológica, de origen conocido. Valoración del slow-tourism, autenticidad y experiencias de inmersión en naturaleza. Crecimiento de canales de venta online, marketing digital y redes sociales que permiten visibilidad de nichos especializados. El hecho de conjugar producción y experiencia facilita venta cruzada (experiencia + producto) y fidelización. Factores que limitan la demanda La población local puede tener menor poder adquisitivo que la media nacional, lo que requiere segmentar hacia turismo nacional/extranjero con mayor gasto. Transporte/logística en zonas rurales de interior pueden dificultar el acceso o incrementar costé para el cliente. Competencia de grandes marcas de queso y productores tradicionales que, aunque no ofrezcan la experiencia completa, tienen precios más bajos.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

3.4. Análisis de la Competencia

Para que Terra Capra pueda posicionarse adecuadamente, es esencial conocer a los competidores directos e indirectos. Competidores directos Otras queserías artesanales de cabra o de leche cruda en España o Extremadura, que producen quesos ecológicos o tradicionales. Por ejemplo, marcas que ya comercializan online o en tiendas especializadas de quesos ecológicos. Negocios de turismo rural que ofrecen experiencias de cata, degustación agroalimentaria o visitas a granjas-quesería. Competidores indirectos Grandes productores industriales de queso, que no ofrecen la experiencia artesanal ni ecológica pero cuentan con mayor volumen, distribución y precio más competitivo. Experiencias de turismo rural estándar (alojamiento + actividades básicas) que pueden atraer al mismo cliente objetivo pero con menor enfoque productivo. Ventajas competitivas de Terra Capra frente a la competencia Combinación de producción ecológica de leche cruda + experiencia de cata/taller en entorno natural propio. Ubicación diferenciada en un valle interior con valor paisajístico y rural menos explotado que otros destinos turísticos. Marca con identidad "rural-elegante moderna", que puede atraer a un cliente premium que busca autenticidad. Oferta de servicios integrados: producción, cata, talleres, tienda, venta directa y experiencia itinerante (quesoneta) – lo que le da mayor versatilidad frente a queserías puramente productivas o alojamientos puramente turísticos. Debilidades competitivas a vigilar Escala de producción reducida frente a competidores industriales o con mayor volumen. Menor reconocimiento de marca en comparación con queserías clásicas consolidadas o destinos turísticos más conocidos. Necesidad de inversión en marketing digital, infraestructuras y profesionalización para igualar el nivel de experiencia del cliente. Conclusión del análisis competitivo La competencia existe, pero el nicho en el que opera Terra Capra (queso ecológico de leche cruda + experiencia turística rural vinculada) es relativamente especializado y con barreras de entrada razonables. Con una adecuada estrategia de diferenciación, Terra Capra tiene capacidad para posicionarse como referente en su zona y captar un segmento de mercado con disposición a pagar por calidad y experiencia.

4. Marketing y Comercialización

4.1. Establecimiento de Precios

Estrategia general Terra Capra adoptará una estrategia de precios diferenciada basada en el valor percibido del producto y la experiencia, no en

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

la competencia por precio. El objetivo es posicionarse como una marca premium artesanal y ecológica, donde el cliente percibe calidad, sostenibilidad y autenticidad. Factores determinantes del precio Costes de producción reales: materia prima ecológica propia, elaboración manual, afinado prolongado y baja escala productiva. Valor añadido de la marca: el relato del origen, el contacto directo con los animales, la estética del espacio y la experiencia de compra. Segmento de cliente dispuesto a pagar: consumidor gourmet, turista cultural y visitante que busca experiencias auténticas y sostenibles. Ejemplos orientativos El precio de Terra Capra no compite con el industrial; comunica valor, cultura y sostenibilidad.

4.2. Canales de Distribución

Venta directa (principal) En la propia quesería / tienda rural: punto de venta integrado con las actividades de cata y talleres. Durante las experiencias: cada visitante puede comprar los quesos degustados o packs de regalo. Quesoneta (food truck): ferias, mercados y eventos comarcales o gastronómicos permiten la venta directa y visibilidad itinerante. Venta online Desarrollo de tienda digital integrada en la web oficial (www.terracapra.es) con pasarela de pago segura y opciones de envío refrigerado. Presencia en plataformas de productos ecológicos y gourmet (como Crowdfarming, Veritas Shop, KivaQuesos, etc.). Posibilidad de suscripción o “caja del mes Terra Capra” para clientes fieles. Canales complementarios Restaurantes, tiendas delicatessen y enotecas locales que valoran productos ecológicos de proximidad. Turismo rural y alojamientos de la comarca, como punto de recomendación y venta cruzada. Ferias agroalimentarias y eventos regionales (por ejemplo, Salón del Queso de Trujillo o ferias Leader). Logística Vehículo propio con refrigeración para reparto local/comarcal. Envíos nacionales mediante servicio logístico con control de temperatura y embalaje ecológico (cartón reciclado + aislante biodegradable).

4.3. Comunicación y Promoción

Estrategia general La comunicación de Terra Capra se basa en transmitir valores de origen, sostenibilidad, artesanía y emoción. Cada canal debe reflejar la personalidad rural-elegante y el compromiso ecológico de la marca. Identidad y branding Nombre y logotipo registrados: “Terra Capra” (marca mixta). Paleta cromática: tonos tierra, lino, madera, verde olivo, negro mate. Tipografía naturalista moderna, coherente en todos los soportes (web, etiquetas, cartelería). Narrativa de marca: “Del pasto al paladar, una historia viva de tierra y cabra.” Acciones de comunicación 1. Comunicación digital Página web oficial con: Información sobre la quesería, el proceso y la filosofía

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

ecológica. Tienda online y calendario de catas/talleres. Blog educativo sobre cultura del queso y sostenibilidad. Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) con contenido visual de alto impacto: Fotografías del entorno, animales y procesos. Vídeos cortos "de la granja al plato". Testimonios y reseñas de visitantes. Newsletter mensual con novedades, promociones y fechas de talleres. 2. Comunicación local y territorial Colaboración con ayuntamientos, grupos Leader y asociaciones locales para difundir las actividades culturales. Cartelería artesanal en tiendas, bares y puntos turísticos de la Sierra de Gata. Presencia en ferias gastronómicas y mercados ecológicos. 3. Promoción experiencial Eventos propios: "Jornadas del Queso Vivo", catas nocturnas o conciertos rurales. Colaboraciones con otros productores locales (vino, miel, pan) para paquetes conjuntos. Programas educativos con colegios y universidades rurales, reforzando el valor formativo. 4. Relaciones públicas y medios Nota de prensa en medios gastronómicos y rurales (p. ej. Directo al Paladar, Rural Gourmet). Participación en premios o certámenes de queso ecológico. Envío de packs de degustación a críticos o influencers gastronómicos con afinidad al producto sostenible. Objetivos de comunicación Posicionar la marca Terra Capra como referente regional en queso ecológico y experiencias rurales auténticas. Fidelizar al visitante, convirtiéndolo en prescriptor. Incrementar el tráfico digital y reservas online. Reforzar la percepción de calidad, coherencia estética y compromiso ecológico. Conclusión La estrategia de marketing y comercialización de Terra Capra se apoya en tres pilares: Venta directa experiencial (quesería + catas + talleres + Quesoneta). Marca sólida y coherente con el territorio y los valores ecológicos. Comunicación emocional y educativa, que convierte al cliente en parte activa de la historia.

5. Recursos Técnicos

5.1. Infraestructuras e Instalaciones

Infraestructuras e Instalaciones Terra Capra dispone actualmente de una quesería en funcionamiento, equipada con las instalaciones necesarias para la elaboración artesanal de quesos de cabra de leche cruda; ubicada en Valle del Árrago, a su paso por Robledillo de Gata: Carretera Descargamaria. P.K.6, 10865 Cadalso, Cáceres. A unos 53 kilómetros de la ciudad de Plasencia, y 115 Km. de la ciudad de Cáceres. Como parte de la evolución del proyecto, se plantea una ampliación de la infraestructura existente mediante la creación de un espacio anexo orientado a la generación de experiencias turísticas, educativas y sensoriales vinculadas al mundo del queso y la producción

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

agroecológica. Esta ampliación permitirá acoger actividades como catas, talleres y visitas guiadas, integrando la producción artesanal con la interpretación del territorio y la puesta en valor de la calidad del producto. Características del nuevo espacio: Ubicación: anexo a la quesería actual, con conexión directa y vistas al entorno natural del valle. Diseño: concebido bajo criterios de sostenibilidad y coherencia estética con la identidad de la marca — materiales naturales (madera, piedra, hierro envejecido), iluminación cálida y mobiliario elaborado con maderas recicladas y fibras vegetales. Funcionalidad: espacio polivalente preparado para acoger degustaciones, talleres y pequeñas actividades culturales, equipado con recursos audiovisuales, mobiliario móvil y elementos de ambientación natural (plantas, señalética artesanal). Enfoque experiencial: la ampliación busca transformar la quesería en unc entro vivo de interpretación y disfrute del queso, donde los visitantes puedan conocer, participar y conectar con el proceso artesanal y el territorio que lo hace posible.

5.2. Equipamiento Necesario

Equipamiento necesario

Dado que la empresa ya cuenta con las infraestructuras y equipamiento necesario para la producción del queso, en este apartado nos centraremos en las necesidades relativas a las demás líneas de negocio:

CATAS Y DEGUSTACIONES SENSORIALES EN ESPACIO TERRA CAPRA - TALLERES

Sistema AV: televisión de gran formato o proyector + pantalla, altavoces para mostrar vídeo o presentación. Sistema de reservas online: software para vender sesiones, gestionar pagos, envío de confirmaciones por email. Sistema POS (punto de venta) o TPV móvil para venta de productos complementarios in situ. Sistema de climatización/ventilación adecuado para que la terraza sea confortable en diferentes estaciones (corrientes, calor, sombra) y para conservación temporal del queso durante la cata. Equipo logístico de preparación: carrito de servicio, bandejas térmicas, sistema de enfriamiento para mantener los quesos a la temperatura óptima durante la degustación. Cámara o dispositivo para grabación o muestra en vivo del proceso de elaboración.

TIENDA RURAL Y ONLINE EXPERIENCIAL

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

Plataforma de comercio electrónico (Shopify, WooCommerce) con integración de envío, pago, inventario. Software de gestión de stock, facturación, CRM para fidelización. Sistema logístico de envío refrigerado (si aplica) o aseguramiento de cadena de frío Herramienta de análisis de tráfico web, comportamiento de usuario, remarketing.

5.3. Proceso Productivo

El proceso productivo de Terra Capra se basa en un modelo artesanal, ecológico y trazable, que busca preservar la calidad sensorial y el valor cultural del queso. Etapas del proceso Ordeño y recogida de la leche Leche obtenida de cabras propias en pastoreo natural. Control de temperatura y transporte inmediato a la quesería. Filtrado y cuajado Filtrado natural sin aditivos. Cuajado lento con fermentos autóctonos y cuajo natural. Corte y desuerado Corte manual de la cuajada en granos pequeños. Desuerado controlado para obtener textura y humedad deseada. Moldeo y prensado Uso de moldes tradicionales de distintos tamaños. Prensado manual o mecánico suave para eliminar suero residual. Salado Salado en seco o en salmuera, dependiendo del tipo de queso. Maduración y afinado En cámaras de afinado con condiciones controladas (10–12 °C y 80–90 % HR). Seguimiento de mohos y bacterias beneficiosas naturales. Envasado y etiquetado Empaquetado manual con materiales naturales. Etiquetado con información completa (lote, fecha, ingredientes, denominación ecológica). Venta y distribución Venta directa en la quesería, tienda online o eventos (Quesoneta). Envíos refrigerados a tiendas y clientes finales. Control de calidad Cumplimiento del Reglamento (CE) nº 834/2007 sobre producción ecológica. Registros de análisis microbiológicos y de trazabilidad. Supervisión por organismo certificador de agricultura ecológica de Extremadura (CAEX). Sostenibilidad y eficiencia Uso de energías renovables (instalación prevista de placas solares). Gestión de residuos orgánicos como compost o alimento animal. Minimización del uso de plásticos en envases y materiales de taller. Aprovechamiento del agua mediante sistemas de filtrado y reutilización parcial. Conclusión del Bloque 6 El sistema técnico de Terra Capra combina: Eficiencia funcional, adaptada a una escala artesanal controlada. Sostenibilidad ambiental coherente con los valores de la marca. Estética rural contemporánea, que convierte las instalaciones en parte activa de la experiencia turística.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

6. Recursos Humanos

6.1. Estructura Organizativa

Modelo de gestión Terra Capra adoptará una estructura funcional y flexible, acorde a un emprendimiento rural artesanal. En la fase inicial, el negocio será gestionado directamente por su promotora (Érica) con apoyo eventual de colaboradores especializados. A medida que el proyecto crezca, se incorporarán perfiles complementarios para reforzar las áreas de producción, atención al público y comunicación. Organigrama básico Érica (Dirección general) | ——————————————————————————— | | | Elaboración Experiencias y Turismo Comunicación / Ventas (Quesería) (Catas y Talleres) (Tienda y Online) Estructura prevista por fases

6.2 Descripción de los Puestos de Trabajo

1. Dirección y gestión general Responsable: Érica Funciones principales: Dirección estratégica y operativa del negocio. Control de producción y calidad. Relaciones con proveedores, distribuidores y certificadoras ecológicas. Coordinación de eventos, talleres y atención al público. Gestión financiera, contable y administrativa. Desarrollo de marca y comunicación institucional. Competencias necesarias: Conocimiento de procesos artesanales y agroecológicos. Capacidad de liderazgo, comunicación y visión estratégica. Formación en gestión rural o empresarial básica. 2. Elaboración y afinado de quesos Tipo: Personal operativo (a tiempo parcial o completo según producción). Funciones: Procesado de leche, cuajado, moldeado y afinado. Control de cámaras y limpieza de instalaciones. Envasado, etiquetado y preparación de pedidos. Cumplimiento de normas de higiene alimentaria (APPCC). Competencias: Formación o experiencia en elaboración artesanal. Responsabilidad y precisión técnica. Conocimiento básico en seguridad alimentaria. 3. Atención al cliente / Experiencias y Turismo Tipo: Guía o dinamizador/a de actividades rurales. Funciones: Preparación y desarrollo de catas, degustaciones y talleres. Explicación pedagógica sobre el proceso productivo. Acompañamiento de grupos y gestión de reservas. Montaje de espacios (terraza, materiales, audio/vídeo). Competencias: Habilidades comunicativas y orientación al público. Conocimiento de gastronomía, cultura rural y sostenibilidad. Idiomas valorables (inglés / portugués). 4. Comunicación, marketing y venta directa Tipo: Colaborador externo o contratado parcial. Funciones: Gestión de redes sociales y página web. Diseño

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

de contenidos digitales y campañas promocionales. Atención de tienda online y clientes. Participación en ferias y eventos (Quesoneta). Competencias: Experiencia en marketing digital o comunicación rural. Fotografía, diseño o gestión de plataformas online. Capacidad de transmitir valores de marca. 5. Apoyo administrativo y financiero (fase futura) Funciones: Gestión contable, facturación, IVA, subvenciones. Relación con gestoría y proveedores. Control de inventario y pedidos. Competencias: Conocimientos básicos de contabilidad y gestión documental. Orden, fiabilidad y confidencialidad.

6.3 Gestión de los Recursos Humanos

Política de contratación Modelo inicial: autoempleo (Érica como autónoma titular). Fase de crecimiento: contratación parcial o temporal para eventos, y eventual ayudante de producción con formación específica. Contratos adaptados al calendario agrícola/turístico, combinando picos de producción y temporada alta (primavera-otoño). Formación y capacitación Formación continua en: Elaboración artesanal de queso y seguridad alimentaria. Atención turística y técnicas de cata. Marketing digital y gestión de marca rural. Participación en programas de formación rural y agroalimentaria (Escuela de Pastores, Red Rural Nacional, cursos CAEX). Gestión del equipo Política participativa y flexible: fomentar la implicación y el sentido de pertenencia. Conciliación y equilibrio laboral: horarios compatibles con la vida rural. Cultura organizativa basada en tres valores: autenticidad, sostenibilidad y hospitalidad. Seguridad y salud laboral Cumplimiento de la normativa en riesgos laborales y manipulación de alimentos. Formación preventiva en ergonomía, limpieza y manejo de maquinaria. Evaluación de riesgos específicos (humedad, calor, trabajo con animales). Conclusión del Bloque 7 El equipo humano de Terra Capra se caracteriza por su perfil artesanal, polivalente y vocacional, con una cultura de trabajo basada en la pasión por la naturaleza y la calidad. El crecimiento del proyecto permitirá generar empleo rural de calidad, vinculado a la producción sostenible y la divulgación agroalimentaria, contribuyendo a la revitalización económica y cultural del Valle del Árrago.

7. Forma Jurídica

La forma jurídica prevista para la actividad es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), de acuerdo con los datos del proyecto. Esta opción permite:

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

• Limitar la responsabilidad patrimonial de la promotora y separar patrimonio personal y empresarial.

• Facilitar la relación con proveedores, entidades financieras y administraciones (contratación, licencias y seguros).

• Acompañar un crecimiento gradual del proyecto, compatible con la incorporación futura de personal o colaboradores.

• Mejorar la capacidad de acceso a determinadas líneas de financiación y programas de ayuda a la inversión y a la modernización.

La gestión societaria se ajustará a la normativa fiscal y mercantil aplicable, manteniendo un enfoque de control de riesgos y de escalado progresivo, coherente con la dimensión artesanal del proyecto.

8. Análisis Estratégico

8.1. Análisis DAFO

El análisis DAFO permite conocer la posición actual de Terra Capra en su entorno competitivo y territorial, identificando los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que afectan a su desarrollo.

FORTALEZAS (F) Recursos y capacidades internas que diferencian a Terra Capra Autenticidad del producto: elaboración artesanal con leche cruda ecológica procedente de ganadería propia. Doble identidad productiva y experiencial: combina producción de queso con talleres, catas y turismo cultural. Marca coherente y diferenciada: estética rural moderna, packaging ecológico y narrativa emocional. Ubicación privilegiada: entorno natural del Valle del Árrago, atractivo para turismo de naturaleza. Gestión directa y vocacional: liderazgo comprometido con el territorio y los valores ecológicos. Escala artesanal controlada: permite flexibilidad, calidad y relación personal con el cliente. Integración vertical: desde la producción de leche hasta la venta final y la experiencia turística. Quesoneta (unidad móvil): innovación local que amplía la visibilidad y el alcance del producto.

DEBILIDADES (D) Limitaciones internas que pueden obstaculizar el desarrollo Dimensión pequeña de producción: limita el volumen y el acceso a grandes canales de distribución. Escasa experiencia previa en marketing digital y comercialización. Alta carga de trabajo personal (autoempleo unipersonal).

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

Dependencia de la estacionalidad turística (primavera-verano). Necesidad de inversión inicial en infraestructura, maquinaria y branding. Poca notoriedad de marca en el mercado nacional. Limitaciones logísticas para transporte refrigerado fuera de la comarca.

OPORTUNIDADES (O) Factores externos favorables del entorno y las tendencias del mercado Crecimiento sostenido del consumo de productos ecológicos y de proximidad. Demanda creciente de experiencias rurales auténticas y turismo agroalimentario. Tendencia hacia la revalorización de los oficios tradicionales. Disponibilidad de ayudas públicas y programas LEADER para emprendimiento rural. Bajo nivel de saturación turística en el Valle del Árrago / Sierra de Gata. Posibilidad de alianzas con productores locales (vino, miel, pan, plantas aromáticas). Crecimiento del canal online y venta directa al consumidor. Interés mediático por proyectos sostenibles y de impacto local positivo.

AMENAZAS (A) Factores externos que pueden representar riesgos Competencia creciente de queserías artesanas y experiencias rurales similares. Fluctuación de los costes de materias primas y energía. Cambios en la normativa sanitaria o ecológica que aumenten los requisitos. Riesgos climáticos o sanitarios que afecten a la ganadería (sequías, enfermedades). Dificultades de relevo generacional y despoblación en zonas rurales. Incremento del turismo low cost que busca precio en lugar de valor. Posible dependencia de ayudas iniciales para la inversión.

9. Plan de Acción

El plan de acción se estructura en fases, alineadas con la implantación progresiva de las líneas experienciales y con la consolidación comercial de la marca:

Fase 1 (corto plazo): preparación y puesta a punto

• Adecuación estética y funcional del espacio de atención al visitante (terraza/porche), señalética y coherencia de marca.

• Definición del catálogo de experiencias (catas, talleres) con formatos, aforos, precios y contenidos.

• Implantación de un sistema de reservas y cobro (online y presencial), así como procedimientos de atención y seguridad.

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

Fase 2 (medio plazo): lanzamiento y validación en mercado

• Lanzamiento de experiencias piloto y recogida de feedback para ajustar la propuesta.

• Activación de canales de venta directa y presencia en eventos seleccionados (incluida la unidad móvil/quesoneta).

• Construcción de mensajes clave para la venta y un plan básico de comunicación (contenido visual, relato, reseñas).

Fase 3 (consolidación): crecimiento controlado

• Desarrollo y estabilización de agenda anual de actividades para reducir estacionalidad.

• Alianzas con actores locales (productores, alojamientos, restauración, entidades turísticas) para paquetes conjuntos.

• Profesionalización gradual de marketing y comercialización en función de resultados.

Financiación y ayudas En paralelo, se trabajará en la preparación del modelo de propuesta para presentarlo a convocatorias de apoyo al comercio y a la modernización impulsadas por la Junta de Extremadura, especialmente aquellas vinculadas a digitalización, experiencia de cliente y promoción.

10. Plan Económico-Financiero

Anexo

EVCÁrrago cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO AÑO 1

INVERSIÓN INICIAL

INMOVILIZADO MATERIAL

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Instalaciones	6000.00€	0.00€	0.00€
Maquinaria	156.19€	0.00€	0.00€
Equipamiento	2562.19€	0.00€	0.00€
Mobiliario	4364.79€	0.00€	0.00€
Utillaje	423.88€	0.00€	0.00€
Total	13507.05€	0.00€	0.00€

INMOVILIZADO INMATERIAL

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Total	0.00€	0.00€	0.00€

ACTIVO CORRIENTE

Concepto	Adq. a Empresas	Adq. a Particulares	Aportación en Especie
Total	0.00€	0.00€	0.00€

RESUMEN

Inmovilizado Material: 13507.05€
Inmovilizado Inmaterial: 0.00€

ACTIVO NO CORRIENTE TOTAL: 13507.05€

Existencias Iniciales: 0.00€
Tesorería inicial para puesta en marcha: 156.47€
IVA Soportado: 2836.48€
Imp. de Trans. y Actos Jurídicos (ITPYADJ): 0.00€

ACTIVO CORRIENTE TOTAL: 2992.95€

Necesidades Totales Inversión Inicial: 16500.00€

PAGO DE INVERSIONES

Concepto	Total Pagos	Importe Total	Mes 0 (%)	Mes 1 (%)	Mes 2 (%)	Mes 3 (%)	Mes 4 (%)	Mes 5 (%)	Mes 6 (%)	Mes 7 (%)	Mes 8 (%)	Mes 9 (%)	Mes 10 (%)	Mes 11 (%)	Mes 12 (%)
Instalaciones	100 %	7260.00€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Maquinaria	100 %	188.99€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Equipamiento	100 %	3100.25€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mobiliario	100 %	5281.40€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Utillaje	100 %	512.89€	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	16343.53€	16343.53€	16343.53€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

RECURSOS PROPIOS

Concepto	Importe
Aportaciones Dinerarias	0.00€
Otros (pago único desempleo, subvenciones cobradas...)	0.00€
BA / Capital Riesgo	0.00€
Préstamo Participativo	0.00€

RECURSOS AJENOS A LARGO PLAZO

Concepto	Importe
Otras deudas a largo plazo	0.00€
Leasing	0.00€
Préstamo a Largo Plazo	0.00€
Microcrédito	0.00€

RECURSOS AJENOS A CORTO PLAZO

Concepto	Importe
Deudas a corto plazo	16500.00€
Otros pagos	0.00€

RESUMEN

Aportaciones en Especie: 0.00€
Aportaciones de socios Total: 0.00€

RECURSOS PROPIOS: 0.00€

Deudas bancarias a L/P: 0.00€

RECURSOS AJENOS A L/P: 0.00€

Proveedores varios: 0.00€

RECURSOS AJENOS A C/P: 16500.00€

Pasivo Total: 16500.00€

FINANCIACIONES

Nombre	Capital Financiado	Tipo de Financiación

INGRESOS POR VENTAS ANUALES - AÑO 1

Ingresos por Ventas	19399.90€
Facturado a clientes	23473.88€
Total Cobros	23473.88€

Productos/Servicios	EXPERIENCIAS CULTURALES.TALLERES CON DEGUSTACION.	DEGUSTACION GOURMET	DEGUSTACION GRANDES GRUPOS	PASEO Y DEGUSTACION	ESTRELLAS Y JABON
Ingreso	8264.00€	4855.90€	1321.60€	1859.40€	3099.00€
Coste	3236.00€	3013.50€	374.40€	855.00€	2745.00€
Margen Bruto	5028.00€	1842.40€	947.20€	1004.40€	354.00€
Nº medio de productos vendidos / servicios prestados al mes	33,33	40,83	26,67	7,50	12,50
Unidades Vendidas	400	490	320	90	150
Precio medio por Producto/Servicio	20.66€	9.91€	4.13€	20.66€	20.66€
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%	21%

FORMAS DE COBRO

	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
EXPERIENCIAS CULTURALES.TALLERES CON DEGUSTACION.	100%	0%	0%	0%	0%
DEGUSTACION GOURMET	100%	0%	0%	0%	0%
DEGUSTACION GRANDES GRUPOS	100%	0%	0%	0%	0%
PASEO Y DEGUSTACION	100%	0%	0%	0%	0%
ESTRELLAS Y JABON	100%	0%	0%	0%	0%

EXPERIENCIAS CULTURALES.TALLERES CON DEGUSTACION.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nº Productos / Servicios	0	40	40	40	40	35	50	35	40	40	40	0	400
Precio	0.00€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	0.00€	-
Ingresos	0.00€	826.40€	826.40€	826.40€	826.40€	723.10€	1033.00€	723.10€	826.40€	826.40€	826.40€	0.00€	8264.00€
Costes	0.00€	323.60€	323.60€	323.60€	323.60€	283.15€	404.50€	283.15€	323.60€	323.60€	323.60€	0.00€	3236.00€
Margen Bruto	0.00€	502.80€	502.80€	502.80€	502.80€	439.95€	628.50€	439.95€	502.80€	502.80€	502.80€	0.00€	5028.00€

DEGUSTACION GOURMET

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nº Productos / Servicios	40	40	40	40	40	40	50	40	40	40	40	40	490
Precio	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	9.91€	-
Ingresos	396.40€	396.40€	396.40€	396.40€	396.40€	396.40€	495.50€	396.40€	396.40€	396.40€	396.40€	396.40€	4855.90€
Costes	246.00€	246.00€	246.00€	246.00€	246.00€	246.00€	307.50€	246.00€	246.00€	246.00€	246.00€	246.00€	3013.50€
Margen Bruto	150.40€	150.40€	150.40€	150.40€	150.40€	150.40€	188.00€	150.40€	150.40€	150.40€	150.40€	150.40€	1842.40€

DEGUSTACION GRANDES GRUPOS

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nº Productos / Servicios	0	40	40	40	40	40	0	0	40	40	40	0	320
Precio	0.00€	4.13€	4.13€	4.13€	4.13€	4.13€	0.00€	0.00€	4.13€	4.13€	4.13€	0.00€	-
Ingresos	0.00€	165.20€	165.20€	165.20€	165.20€	165.20€	0.00€	0.00€	165.20€	165.20€	165.20€	0.00€	1321.60€
Costes	0.00€	46.80€	46.80€	46.80€	46.80€	46.80€	0.00€	0.00€	46.80€	46.80€	46.80€	0.00€	374.40€
Margen Bruto	0.00€	118.40€	118.40€	118.40€	118.40€	118.40€	0.00€	0.00€	118.40€	118.40€	118.40€	0.00€	947.20€

PASEO Y DEGUSTACION

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nº Productos / Servicios	10	10	10	10	10	10	0	0	0	10	10	10	90
Precio	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	-
Ingresos	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	0.00€	0.00€	0.00€	206.60€	206.60€	206.60€	1859.40€
Costes	95.00€	95.00€	95.00€	95.00€	95.00€	95.00€	0.00€	0.00€	0.00€	95.00€	95.00€	95.00€	855.00€
Margen Bruto	111.60€	111.60€	111.60€	111.60€	111.60€	111.60€	0.00€	0.00€	0.00€	111.60€	111.60€	111.60€	1004.40€

ESTRELLAS Y JABON

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nº Productos / Servicios	10	10	10	10	10	10	40	20	0	10	10	10	150
Precio	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	20.66€	-
Ingresos	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	206.60€	826.40€	413.20€	0.00€	206.60€	206.60€	206.60€	3099.00€
Costes	183.00€	183.00€	183.00€	183.00€	183.00€	183.00€	732.00€	366.00€	0.00€	183.00€	183.00€	183.00€	2745.00€
Margen Bruto	23.60€	23.60€	23.60€	23.60€	23.60€	23.60€	94.40€	47.20€	0.00€	23.60€	23.60€	23.60€	354.00€

COSTES DE PRODUCCIÓN ANUALES - AÑO 1

Nombre	Coste	Unidades	Anual
EXPERIENCIAS CULTURALES.TALLERES CON DEGUSTACION.	**8.09€**	**400**	**3236.00€**
- Pack unitario (leche,cuajo, sal, limpieza, honorarios, pegatinas, quesos, café, maridaje vino, agua, refersco, vasos)	8.09€	400	3236.00€
DEGUSTACION GOURMET	**6.15€**	**490**	**3013.50€**
- PACK UNITARIO (Queso, maridaje zumo, agua, vino, pan, honorarios)	6.15€	490	3013.50€
DEGUSTACION GRANDES GRUPOS	**1.17€**	**320**	**374.40€**
- Pack unitario(quesos, pan, honorarios)	1.17€	320	374.40€
PASEO Y DEGUSTACION	**9.50€**	**90**	**855.00€**
- Pack unitario (quesos, maridaje café, agua, refresco, vino, vasos, honorarios)honrarios,	9.50€	90	855.00€
ESTRELLAS Y JABON	**18.30€**	**150**	**2745.00€**
- Pack unitario (quesos, café, agua, vino, vasos)	18.30€	150	2745.00€
Total			**10223.90€**

COMPRAS Y GASTOS GENERALES - AÑO 1

COMPRAS

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Consumibles	524.00€	894.40€	894.40€	894.40€	894.40€	853.95€	1444.00€	895.15€	616.40€	894.40€	894.40€	524.00€	10223.90€
Gasto	524.00€	894.40€	894.40€	894.40€	894.40€	853.95€	1444.00€	895.15€	616.40€	894.40€	894.40€	524.00€	10223.90€
IVA	110.04€	187.82€	187.82€	187.82€	187.82€	179.33€	303.24€	187.98€	129.44€	187.82€	187.82€	110.04€	2147.02€
Pagos	634.04€	1082.22€	1082.22€	1082.22€	1082.22€	1033.28€	1747.24€	1083.13€	745.84€	1082.22€	1082.22€	634.04€	12370.92€

GASTOS VARIABLES

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total

GASTOS FIJOS

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Servicios exteriores (gestoría y profesionales independientes)	0.00€	0.00€	10.00€	0.00€	0.00€	10.00€	0.00€	0.00€	10.00€	0.00€	0.00€	10.00€	40.00€
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	25.00€	300.00€
Seguros	0.00€	0.00€	30.00€	0.00€	0.00€	30.00€	0.00€	0.00€	30.00€	0.00€	0.00€	30.00€	120.00€
Alquileres	0.00€	0.00€	15.00€	0.00€	0.00€	15.00€	0.00€	0.00€	15.00€	0.00€	0.00€	15.00€	60.00€
Gasto	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	520.00€
IVA	5.25€	5.25€	16.80€	5.25€	5.25€	16.80€	5.25€	5.25€	16.80€	5.25€	5.25€	16.80€	109.20€
Pagos	30.25€	30.25€	96.80€	30.25€	30.25€	96.80€	30.25€	30.25€	96.80€	30.25€	30.25€	96.80€	629.20€

Compras	10223.90€
Consumo	10223.90€
Existencias Iniciales	0.00€
Existencias Finales	0.00€

PERFIL DE PAGOS

COMPRAS

Concepto	Total	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
Consumibles	100%	100%	0%	0%	0%	0%

GASTOS FIJOS

Concepto	Total	Contado	A 30 días	A 60 días	A 90 días	A 120 días
Servicios exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Seguros	100%	100%	0%	0%	0%	0%
Alquileres	100%	100%	0%	0%	0%	0%

GASTOS DE PERSONAL - AÑO 1

Nombre	Salario bruto	Seguros Sociales	Total
PERSONAL APOYO GRUPOS GRANDES	2000.00€	666.00€	2666.00€
Gasto en Personal			2666.00€

PERSONAL APOYO GRUPOS GRANDES

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Salario bruto	0.00€	0.00€	250.00€	250.00€	250.00€	250.00€	250.00€	250.00€	0.00€	250.00€	250.00€	0.00€
Seguros Sociales	0.00€	0.00€	85.50€	85.50€	82.50€	82.50€	82.50€	82.50€	0.00€	82.50€	82.50€	0.00€
Total	**0.00€**	**0.00€**	**335.50€**	**335.50€**	**332.50€**	**332.50€**	**332.50€**	**332.50€**	**0.00€**	**332.50€**	**332.50€**	**0.00€**

AMORTIZACIÓN CONTABLE

Tipología	Precio de Adquisición		Coeficiente lineal
Instalaciones	6000.00€	10%	600.00€
Maquinaria	156.19€	12%	18.74€
Equipamiento	2562.19€	10%	256.22€
Mobiliario	4364.79€	10%	436.48€
Utillaje	423.88€	30%	127.16€
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			1438.60€

LIQUIDACIÓN DE IVA - AÑO 1

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Repercutido	170.02€	378.25€	378.25€	378.25€	378.25€	356.56€	494.53€	321.87€	291.48€	378.25€	378.25€	170.02€
Soportado	115.29€	193.07€	204.62€	193.07€	193.07€	196.13€	308.49€	193.23€	146.24€	193.07€	193.07€	126.84€
Devengado	54.73€	185.18€	173.63€	185.18€	185.18€	160.43€	186.04€	128.64€	145.24€	185.18€	185.18€	43.18€

HP DEUDOR/ACREEDOR POR IVA: -2009.42€

FLUJO DE CAJA - AÑO 1

		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cobros de las ventas		979.62€	2179.45€	2179.45€	2179.45€	2179.45€	2054.46€	2849.43€	1854.57€	1679.48€	2179.45€	2179.45€	979.62€
Subvenciones cobradas		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Otros		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Ampliaciones de capital		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Recursos Propios	0.00€												
Recursos Ajenos L/P	0.00€												
Recursos Ajenos C/P	16500.00€												
Total de Cobros	**16500.00€**	**979.62€**	**2179.45€**	**2179.45€**	**2179.45€**	**2179.45€**	**2054.46€**	**2849.43€**	**1854.57€**	**1679.48€**	**2179.45€**	**2179.45€**	**979.62€**
Pago de Sueldos		0.00€	0.00€	335.50€	335.50€	332.50€	332.50€	332.50€	332.50€	0.00€	332.50€	332.50€	0.00€
Pago compras y gastos generales		664.29€	1112.47€	1179.02€	1112.47€	1112.47€	1130.08€	1777.49€	1113.38€	842.64€	1112.47€	1112.47€	730.84€
Pago IVA a Hacienda		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	530.79€	0.00€	0.00€	459.91€	0.00€	0.00€
Devolución capital préstamos		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Pago de Intereses	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Amortización Leasing		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Intereses Leasing		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
IVA Leasing		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Pago de Inversiones	16343.53€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Interés por Póliza de Crédito		0.00€	0.00€	0.00€	144.38€	0.00€	0.00€	144.38€	0.00€	0.00€	144.38€	0.00€	144.38€
Total de Pagos	**16343.53€**	**664.29€**	**1112.47€**	**1514.52€**	**1592.35€**	**1444.97€**	**1462.58€**	**2785.15€**	**1445.88€**	**842.64€**	**2049.26€**	**1444.97€**	**875.21€**
Flujo de Caja Neto	**156.47€**	**315.33€**	**1066.98€**	**664.93€**	**587.10€**	**734.48€**	**591.88€**	**64.28€**	**408.69€**	**836.84€**	**130.19€**	**734.48€**	**104.40€**
Cobro por Póliza de Crédito		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Pago por Póliza de Crédito		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Capital Dispuesto		0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Saldo Final de Tesorería	**156.47€**	**471.80€**	**1538.77€**	**2203.70€**	**2790.80€**	**3525.28€**	**4117.16€**	**4181.44€**	**4590.13€**	**5426.96€**	**5557.15€**	**6291.63€**	**6396.03€**

PÓLIZA DE CRÉDITO - AÑO 1

Concepto	Valor
Capital	16500.00€
Interés por Capital Dispuesto	3.5000 %
Interés por Capital No Dispuesto	3.5000 %
Comisión de Apertura	0.0000 %

CUENTA DE RESULTADOS MENSUAL - AÑO 1

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ingresos de Explotación	809.60€	1801.20€	1801.20€	1801.20€	1801.20€	1697.90€	2354.90€	1532.70€	1388.00€	1801.20€	1801.20€	809.60€	19399.90€
Consumos	524.00€	894.40€	894.40€	894.40€	894.40€	853.95€	1444.00€	895.15€	616.40€	894.40€	894.40€	524.00€	10223.90€
Margen Bruto	**285.60€**	**906.80€**	**906.80€**	**906.80€**	**906.80€**	**843.95€**	**910.90€**	**637.55€**	**771.60€**	**906.80€**	**906.80€**	**285.60€**	**9176.00€**
Gastos de personal	0.00€	0.00€	335.50€	335.50€	332.50€	332.50€	332.50€	332.50€	0.00€	332.50€	332.50€	0.00€	2666.00€
Gastos Variables	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Gastos Fijos	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	25.00€	25.00€	80.00€	520.00€
Amortizaciones	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	119.88€	1438.60€
Total Gastos	**144.88€**	**144.88€**	**535.38€**	**480.38€**	**477.38€**	**532.38€**	**477.38€**	**477.38€**	**199.88€**	**477.38€**	**477.38€**	**199.88€**	**4624.60€**
Beneficios antes de impuestos e intereses	140.72€	761.92€	371.42€	426.42€	429.42€	311.57€	433.52€	160.17€	571.72€	429.42€	429.42€	85.72€	4551.40€
Gastos financieros	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	48.12€	577.50€
Beneficios antes de impuestos	92.59€	713.79€	323.29€	378.29€	381.29€	263.44€	385.39€	112.04€	523.59€	381.29€	381.29€	37.59€	3973.90€
Impuesto de Sociedades (20%)													794.78€
RESULTADO DEL EJERCICIO	**92.59€**	**713.79€**	**323.29€**	**378.29€**	**381.29€**	**263.44€**	**385.39€**	**112.04€**	**523.59€**	**381.29€**	**381.29€**	**37.59€**	**3179.12€**

BALANCE - AÑO 1

ACTIVO	20473.90€
Activo no corriente	**12068.45€**
Inmovilizado material	**12068.45€**
Adquisición del terreno	0.00€
Edificios y Construcciones	0.00€
Instalaciones	6000.00€
Maquinaria	156.19€
Equipamiento	2562.19€
Mobiliario	4364.79€
Utillaje	423.88€
Vehículos de transporte	0.00€
Equipos informáticos	0.00€
Otros (proyectos técnicos...)	0.00€
Fianza	0.00€
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-1438.60€
Inmovilizado inmaterial	**0.00€**
Gastos de I+D	0.00€
Patentes, Modelos de Utilidad	0.00€
Aplicaciones informáticas	0.00€
Derechos de traspaso, Concesiones administrativas, Tasas, Licencias...	0.00€
Marca, Nombre Comercial	0.00€
Otros (...)	0.00€
Fondo de Comercio	0.00€
Fianza Leasing	0.00€
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-0.00€
Activo corriente	**8405.45€**
Existencias, materias primas...	0.00€
Hacienda Pública (deudor por IVA)	2009.42€
Clientes	0.00€
Tesorería	6396.03€

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	20473.90€
Patrimonio Neto	**3179.12€**
Capital	0.00€
Resultado del Ejercicio	2861.20€
Capital de BA/Capital Riesgo	0.00€
Reparto a Inversores BA/Capital Riesgo	0.00€
Préstamo Participativo	0.00€
Resultado de ejercicios anteriores	0.00€
Reserva legal (10 % de PyG)	317.91€
Subvenciones	0.00€
Otros (detallar)	0.00€
Pasivo no corriente	**0.00€**
Préstamos bancarios a largo	0.00€
Microcréditos a largo	0.00€
Otras deudas a largo plazo	0.00€
Acreedores por arrendamiento financiero a Largo Plazo	0.00€
Pasivo Corriente	**17294.78€**
Póliza de Crédito	0.00€
Proveedores varios	0.00€
Préstamos bancarios a corto plazo	0.00€
Microcréditos a corto	0.00€
Hacienda Pública (acreedor por IVA)	0.00€
Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	794.78€
Otras deudas a corto plazo	16500.00€
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	0.00€
Acreedores por arrendamiento financiero a Corto Plazo	0.00€

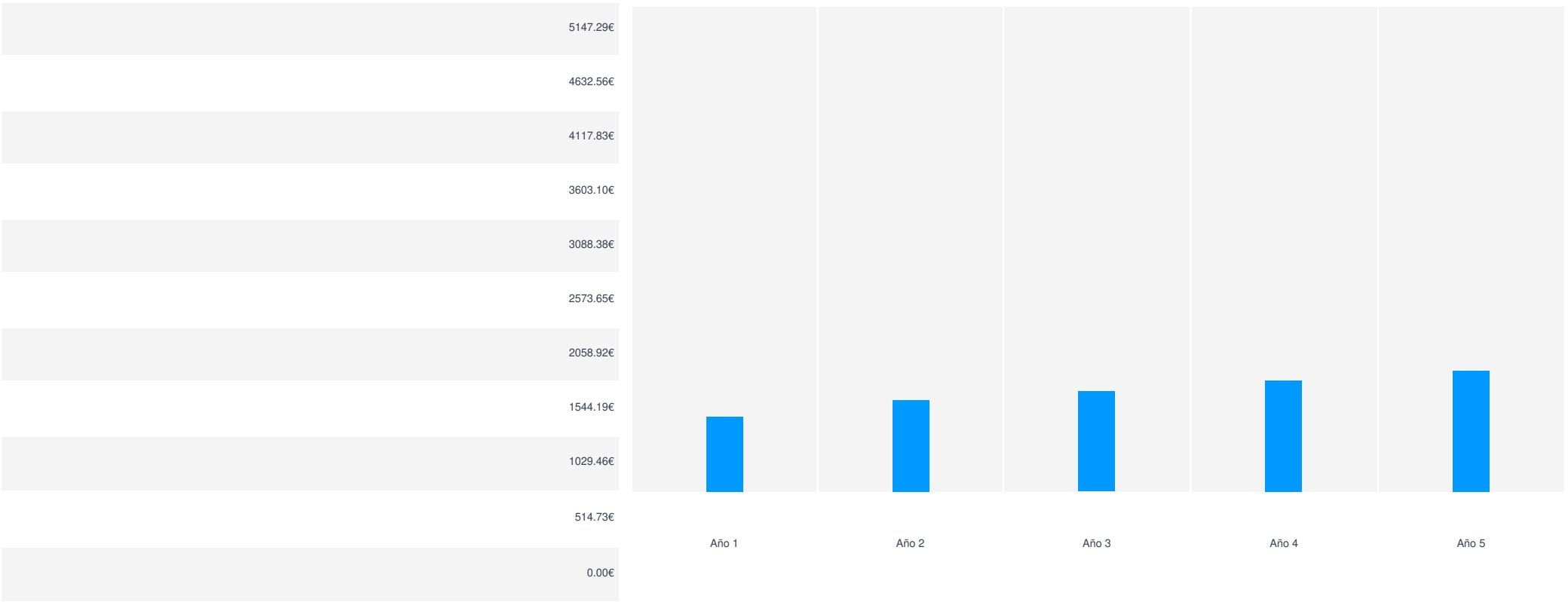
RATIOS - AÑO 1

RATIO DE LIQUIDEZ	Activo Corriente / Pasivo Corriente	0.49 %
FONDO DE MANIOBRA	Activo Corriente - Pasivo Corriente	-8889.33€
RATIO DE ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total / Patrimonio Neto	5.44 %
MáRGEN DE BENEFICIO	Beneficio antes de Imp e Int / Ventas	23.46 %
RATIO DE SOLVENCIA	Activo Total / Pasivo Total	1.18 %
RENTABILIDAD ECONóMICA (ROE)	Beneficio antes de Imp e Int / Activo Total	22.23 %
RENTABILIDAD FINANCIERA (ROA)	Beneficio Neto / Patrimonio Neto	100 %
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	Beneficio Neto / Ventas	16.39 %
PLAZO DE COBRO	Clientes / Ventas * 360	0 días
PLAZO DE PAGO	Proveedores / Inversión Inicial * 360	0 días
PUNTO DE EQUILIBRIO	Gastos Fijos / Margen Bruto	10998.29€
VAN (8.00%)		-4052.82€
TIR		-10%

CUENTA DE RESULTADOS PROYECTADA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Explotación	19399.90€	21339.89€	22406.88€	23527.23€	24703.59€
Consumos	10223.90€	11246.29€	11808.60€	12399.03€	13018.99€
Margen Bruto	**9176.00€**	**10093.60€**	**10598.28€**	**11128.19€**	**11684.60€**
Margen Bruto sobre Ventas	**47.30%**	**47.30%**	**47.30%**	**47.30%**	**47.30%**
Gastos de personal	2666.00€	2666.00€	2666.00€	2666.00€	2666.00€
Gastos Variables	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Gastos Fijos	520.00€	535.60€	546.31€	557.24€	568.38€
Amortizaciones	1438.60€	1438.60€	1438.60€	1438.60€	1438.60€
Total Gastos	**4624.60€**	**4640.20€**	**4650.92€**	**4661.84€**	**4672.99€**
Beneficios antes de impuestos e intereses	4551.40€	5453.40€	5947.36€	6466.35€	7011.62€
Gastos financieros	577.50€	577.50€	577.50€	577.50€	577.50€
Beneficios antes de impuestos	3973.90€	4875.90€	5369.86€	5888.85€	6434.12€
IRPF / Impuesto de sociedades	794.78€	975.18€	1073.97€	1177.77€	1286.82€
RESULTADO DEL EJERCICIO	**3179.12€**	**3900.72€**	**4295.89€**	**4711.08€**	**5147.29€**

CUENTA DE RESULTADOS PROYECTADA



	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento de la cifra de Ventas	10.00 %	5.00 %	5.00 %	5.00 %
Crecimiento de la cifra de Consumos	10.00 %	5.00 %	5.00 %	5.00 %
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	3.00 %	2.00 %	2.00 %	2.00 %
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Crecimiento del Beneficio Neto	22.7 %	10.13 %	9.66 %	9.26 %