



**TIENDA DE COSMÉTICA NATURAL Y  
COMERCIO JUSTO**



# TIENDA DE COSMÉTICA NATURAL Y COMERCIO JUSTO

<b>BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>3</b>
I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA.....	3
I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.....	3
I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS .....	4
<b>BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO... 5</b>	<b>5</b>
II.1- SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO .....	5
II.2- INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL .....	5
<b>II.2.1- Fase inicial.....</b>	<b>5</b>
<b>II.2.2- Fase de funcionamiento .....</b>	<b>7</b>
II.3- INFORMACIÓN ECONÓMICA.....	8
<b>II.3.1- Inversión mínima inicial .....</b>	<b>8</b>
<b>II.3.2- Umbral de rentabilidad.....</b>	<b>8</b>
<b>II.3.3- Datos del mercado.....</b>	<b>9</b>
<b>II.3.4- Previsión de compras y ventas .....</b>	<b>10</b>
<b>II.3.5- Periodo de tiempo estimado para el cálculo de la rentabilidad.....</b>	<b>11</b>
<b>II.3.6- Desglose de costes .....</b>	<b>12</b>
<b>II.3.7- IPC previsto para ese periodo .....</b>	<b>13</b>
<b>II.3.8- Amortización .....</b>	<b>14</b>
<b>II.3.9- Tributos exigibles .....</b>	<b>14</b>
<b>II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad.....</b>	<b>14</b>
<b>II.3.11- Argumentos comerciales de diferenciación .....</b>	<b>15</b>
<b>II.3.12- Canales de comercialización .....</b>	<b>16</b>
<b>II.3.13- Determinación del precio .....</b>	<b>16</b>
<b>II.3.14- Iniciativas de promoción .....</b>	<b>16</b>
<b>II.3.15- Atención al cliente.....</b>	<b>16</b>
<b>II.3.16- Ayudas externas .....</b>	<b>16</b>
II.4- INFORMACIÓN JURÍDICO-ADMINISTRATIVA.....	16
<b>II.4.1- Figura jurídica .....</b>	<b>18</b>
<b>II.4.2- Trámites generales .....</b>	<b>18</b>
<b>II.4.3- Normativa a tener en cuenta .....</b>	<b>19</b>

---

## BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA

- a- Sector: Comercio
- b- Subsector: Comercialización de productos
- c- Tipo de Actividad: Comercialización de productos naturales de cosmética y oferta de servicios de estética.
- d- Perfil del Emprendedor: Conocimientos en estética y comercio.
- e- Mejoras ambientales:
  - Comercialización de productos cuya cadena de producción respeta los valores medioambientales,
  - Desarrollo de economía artesanal local.
  - Desarrollo de agricultura sostenible.

### I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

Se propone la instalación de una tienda dedicada a la comercialización de productos cosméticos, de nutrición, parafarmacia y aseo, obtenidos exclusivamente a partir de componentes naturales y a través de líneas de comercio justo. Se combina a su vez con la prestación de servicios de estética que incluirá técnicas procedentes de otras culturas.

Además de la comercialización de productos, el negocio planteado tiene otros dos campos de actividad económica, la prestación de servicios de estética y salud, así como de actividad social, funcionando como foro de conexión con otras culturas y realidades sociales, con el fin de promover la solidaridad entre los pueblos a través del comercio justo.

Evidentemente, más que una aportación de recursos económicos, esta última actividad lo que persigue es dotar al negocio de una herramienta que aporte credibilidad e imagen de calidad, contribuyendo al desarrollo de la red social que, en definitiva, favorecerá el sustento económico.

La labor de concienciación y fomento de la solidaridad se apoya en la actividad de comercialización de productos naturales, cuya cadena de producción, por definición, respeta los valores medioambientales, no son testados en animales, se basa en acuerdos de comercio justo,...

---

El Comercio Justo busca mayor equidad en el comercio internacional y contribuye al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Su principio fundamental es garantizar a los productores una compensación justa por su trabajo, así como unas condiciones laborales dignas y respetuosas con el medio ambiente.

La tienda representa un punto de encuentro entre diferentes culturas en el que se invita al cliente a realizar un ejercicio de Consumo Responsable (concepto directamente ligado al de Comercio Justo), es decir, a responsabilizarse de los efectos sociales y ecológicos de la producción, a conocer las consecuencias que genera nuestra demanda, a modificar ciertos hábitos de consumo, a exigir condiciones de vida digna para los productores de los artículos que consumimos... por tanto, realiza una significativa labor de sensibilización social.

### I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS

- Productos cosméticos y perfumería.
- Tratamientos específicos de cuerpo y rostro, masajes sensoriales o de "tradición vegetal", maquillaje, tratamientos expertos de manos, depilación...con posibilidad de utilización de técnicas no convencionales.
- Información sobre productos naturales y sus propiedades.
- Información sobre Comercio Justo y Cooperación al Desarrollo

---

## BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO

### II.1-SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO

Para desarrollar esta idea, se requiere un local en zona comercial (60 m<sup>2</sup>) y realizar una inversión inicial de 6.320,45 euros. Esta iniciativa se puede llevar a cabo por el emprendedor y al menos un dependiente. Para que la idea sea rentable y la inversión amortizada en los primeros tres años es necesario que se alcance un importe de ventas que de 131.800,00€ en el primer año, 133.118,00€ en el segundo año y a 135.780,36 en el tercer año.

### II.2-INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL

#### II.2.1- Fase inicial

##### a- Instalación

- Tipo: Local comercial (60 m<sup>2</sup>).
- Características:
  - Cabina de estética
  - Área de estética (manicura, pedicura, henna, maquillaje...)
  - Aseo
  - Zona de exposición-almacenaje
  - Zona de mostrador-administración
  - Zona de espera
- Infraestructuras complementarias:
  - Escaparate: los productos de comercio justo no serán un reclamo solamente para el personal ya sensibilizado, el escaparatismo es una herramienta básica.

##### b- Contexto territorial:

- Zona comercial en el área metropolitana

##### c- Equipamiento:

- Mobiliario y equipamiento informático de oficina

<b>Mobiliario y equipamiento informático</b>			
Descripción	Unidades	Precio* (€)	Total (€)
Ordenador	1	400,00	400,00
Impresora multifunción	1	59,95	59,95
Programa informático	1	800,00	800,00
Silla	2	22,95	45,90
Estanterías	3	300,00	900,00
Mesita zona de espera	2	10,00	20,00
Ventosa para acceder a zonas altas	1	70,00	70,00
Mostrador – escaparate	1	600,00	600,00
Caja registradora	1	1.000,00	1.000,00
Sillas zona de espera	8	29,95	239,60
Teléfono fijo	1	0,00	0,00
Teléfono móvil	2	0,00	0,00
<b>Total</b>			<b>4.135,45</b>

(\*) Precio mínimo del mercado en 2010

(\*\*) Las compañías de Telefonía ofrecen los teléfonos a cambio de mantener un contrato de permanencia

- Útiles y herramientas

<b>Maquinaria, útiles y herramientas</b>			
Descripción	Unidades	Precio* (€)	Total (€)
Equipo de hilo musical (altavoces, cableado y soportes)	1	95,00	95,00
Camilla de dos cuerpos, con agujero facial	2	200,00	400,00
Equipo de brossage (exfoliación, masaje, limpieza...)	1	145,00	145,00
Mesa de cabina	1	20,00	20,00
Equipo de depilación (cera americana, pinzas, espátulas, etc....)	1	125,00	125,00
Baño de pies para pedicura y equipo (lima, pulidor...)	1	100,00	100,00

### Maquinaria, útiles y herramientas

Baño de manos para manicura y equipo (lima, pulidor, tijeras, apoya manos...)	1	60,00	60,00
Sillón de pedicura, manicura, henna, maquillaje...	1	80,00	80,00
Espejo	1	40,00	40,00
Taburete de trabajo con respaldo	2	50,00	100,00
<b>Total</b>	<b>1.165,00</b>		

(\*) Precio medio del mercado en 2010

#### II.2.2- Fase de funcionamiento

##### a- Recursos Humanos:

- Perfil y demanda de puestos de trabajo
  - 1 Gerente/Técnico de estética: Gestión del negocio y atender a los clientes
  - 1 Dependiente: Atender a los clientes y ayudar al técnico de estética.
- Cualificación del personal
  - 1 Gerente/Técnico de estética: Técnico en estética personal decorativa o Técnico en estética y belleza, con formación complementaria o conocimientos en tratamientos de estética no convencionales.
  - 1 Dependiente: Técnico en comercio o Técnico en actividades comerciales, preferiblemente con conocimientos en estética.

##### b- Suministros:

Se requerirán productos naturales de estética para su posterior venta o utilización en los servicios que se van a ofrecer.

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.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, mayo de 2010, 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	700,00
Registro mercantil	300,00
Papel timbrado	5,00
Gestión	15,00
Mobiliario y equipamiento Informático	4.135,45
Maquinaria, útiles y herramientas	1.165,00
<b>Total</b>	<b>6.320,45</b>

Para un proyecto de estas características se debe realizar una inversión baja que no supera los 7.000 €. El 67% de la inversión está compuesto por: Mobiliario y equipamiento informático (elementos necesarios para el desarrollo de la actividad).

### II.3.2- Umbral de rentabilidad

Rentabilidad	
Desembolso inicial	-6.320,45 €
Flujo de caja* 1	2.936,08 €
Flujo de caja 2	2.963,11 €
Flujo de caja 3	3.017,71 €
K	10%
VAN	1.064,82 €
TIR	19,30%

---

\*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 obtienen unos beneficios actualizados de 1.064,82€ en el tercer año.

Otro de los requisitos que se debe de 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 19,30 %.

19,30 % > 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 del año 2010 la Deuda Pública ofreció una rentabilidad aproximadamente de entre el 1% y el 4%, 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 varias franquicias que se dedican a esta actividad, además son muy competitivas en cuanto a precios y servicios, por lo tanto, hay que tener en cuenta esta competencia a la hora de iniciar este proyecto.

No obstante, ninguna de las iniciativas existentes desarrolla estos servicios en las condiciones descritas de máximo respecto ambiental y compromiso social.

##### b- Demanda

La demanda de productos de belleza y tratamientos naturales está en aumento, debido en gran parte a la publicidad de los mismos así como a la más elevada seguridad y eficacia.

El sector de la venta de cosméticos en España, al igual que en el resto del mundo, se encuentra en una situación de crecimiento sostenido. Este crecimiento se debe a la tendencia de los consumidores a preocuparse por el cuidado corporal, a la apariencia externa y al elevado número de establecimientos que año tras año siguen apareciendo, lo que se explica gracias a la demanda de este tipo de productos.

#### II.3.4- Previsión de compras y ventas

Previsión de compras anual			
Suministros (necesarios para la realización de servicios estéticos)			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total anual (€)
Revistas, folletos informativos, publicidad...	12	360,00	4.320,00
Bolsas biodegradables (de basura y para el cliente) (paquete 200 u.)	12	6,00	72,00
Papel de camilla (cajas de 6 rollos)	12	45,00	540,00
Cera natural (azúcar, clorofila, chocolate), bandas y ceras de depilación americana	12	50,00	600,00
Leche hidratante corporal con propiedades	12	50,00	600,00
Aceites naturales para masajes	12	50,00	600,00
Folios de algas y hongos	12	80,00	960,00
Gel de uñas, pegamento y uñas postizas (pack 200 u.)	12	100,00	1.200,00
<b>Total</b>			<b>8.892,00</b>
Suministros (comprados a mayoristas para su posterior venta)			
Productos cosmética natural	12	1.000,00	12.000,00
Aceites (de Argán, de Caléndula, de Árnica, de Espino amarillo, de Abedul...)	12	1.000,00	12.000,00
Productos de comercio justo (artesanía, bisutería, cosmética y aseo, textil...)	12	2.000,00	24.000,00
<b>Total</b>			<b>48.000</b>
<b>Total</b>			<b>56.892,00</b>

Productos naturales comprados a mayoristas		
Descripción	Precio (€)	Coste para el cliente (+60%) (€)
Productos	48.000,00	76.800,00
<b>Total</b>		<b>76.800,00</b>

Previsión de ventas	
Descripción	Total Anual (€)
Productos	76.800,00
Servicios de estética	55.000,00
<b>Total</b>	<b>131.800,00</b>

Se ha estimado una previsión de ventas necesaria para preservar la rentabilidad del proyecto.

En la venta de los productos naturales la empresa obtendrá un beneficio del 60% sobre el precio de adquisición.

#### 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 ya que, según el Pay Back (mide cuando se recupera la inversión inicial), se recuperan los 6.320,45 € invertidos en 2 años y 2 meses, es decir, en los tres primeros años.

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	131.800,00 €	133.118,00 €	135.780,36 €
(-) Costes Totales	128.196,00 €	129.477,96 €	132.067,52 €
(-) Amortizaciones	932,33 €	932,33 €	932,33 €
(-)Otros costes de explotación	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(+) Subvenciones a la explotación	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN	2.671,67 €	2.707,71 €	2.780,51 €
Ingresos procedentes de inversiones financieras	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(±)Resultados extraordinarios	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIOS ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	2.671,67 €	2.707,71 €	2.780,51 €
(-)Intereses	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIO ANTES DE	2.671,67 €	2.707,71 €	2.780,51 €

IMPUESTOS			
(-) Impuestos	25,00%	25,00%	25,00%
BENEFICIO NETO	2.003,75 €	2.030,78 €	2.085,38 €
(+) Amortizaciones	932,33 €	932,33 €	932,33 €
(+) Valor residual en su caso	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(-) Desembolso inversión inicial (si se efectúa en varios años)	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3
(-) Necesidades del fondo de maniobra	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(+) Recuperaciones del fondo de maniobra	0,00 €	0,00 €	0,00 €
RENDIMIENTO NETO O FLUJO DE CAJA	2.936,08 €	2.963,11 €	3.017,71 €

#### II.3.6- Desglose de costes

Instalaciones			
Descripción	Unidades (m <sup>2</sup> )	Precio (€)	Total mensual (€)
Alquiler Oficina Zona comercial (20€/m <sup>2</sup> )	60	20,00	1.200,00
<b>Total</b>	<b>1.200,00</b>		

Costes totales de personal incluyendo seguridad social a cargo de la empresa y seguro de autónomo del emprendedor/a *			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total mensual (€)
Gerente/Técnico estética	1	2.000,00	2.000,00
Dependiente	1	1.600,00	1.600,00
<b>Total</b>	<b>3.600,00</b>		

\*Convenio Colectivo nacional de Empresas minoristas de droguerías, herboristerías, ortopedias y perfumerías. [Código: 9903685]

Costes fijos			
Descripción	Unidades (cuotas)	Precio (€)	Total anual (€)
Costes de personal	14	3.600,00	50.400,00

Alquiler	12	1.200,00	14.400,00
Asesoría laboral, contable y fiscal	12	200,00	2.400,00
Limpieza	12	100,00	1.200,00
Material de oficina	12	50,00	600,00
Electricidad	12	50,00	600,00
Agua	6	60,00	360,00
Teléfono ADSL	12	100,00	1.200,00
<b>Costes fijos</b>			
Basura	1	144,00	144,00
<b>Total</b>			<b>71.304,00</b>
<b>Costes variables</b>			
Descripción	Unidades (cuotas)	Precio (€)	Total anual (€)
Suministros/ materias primas	1	56.892,00	56.892,00
<b>Total</b>			<b>56.892,00</b>
<b>Costes totales</b>			<b>128.196,00</b>

#### II.3.7- IPC previsto para ese periodo

<b>Ventas netas año 2</b>		
Ventas año 1 (€)	Δ IPC	Total anual año 2 (€)
165.200,21	1,00%	166.852,21
<b>Costes Totales año 2</b>		
Costes Totales año 1 (€)	Δ IPC	Total anual año 2 (€)
159.703,83	1,00%	161.300,87

<b>Ventas netas año 3</b>		
Ventas año 2 (€)	Δ IPC	Total anual año 3 (€)
166.852,21	2,00%	170.189,25
<b>Costes Totales año 3</b>		
Costes Totales año 2 (€)	Δ IPC	Total anual año 3 (€)
161.300,87	2,00%	164.526,89

La estimación del IPC se hace a título orientativo y referencial, con las obligadas reservas derivadas de la complicada situación actual.

### II.3.8- Amortización

<b>Amortización</b>				
<b>Maquinaria:</b>				
Descripción	Precio (€)	Porcentaje	Años	Total (€)
Maquinaria	1.165,00	12%	8	139,80
<b>Mobiliario:</b>				
<b>Amortización</b>				
Equipamientos informáticos	459,95	25%	4	114,99
Programa informático	800,00	33%	3	264,00
Mobiliario de oficina	4.135,45	10%	10	413,55
<b>Total amortización</b>				<b>932,33</b>

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
<b>Se aplica el porcentaje adjudicado a las empresas de reducida dimensión: 25%</b>

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](http://www.creacionempresas.com)

### II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad.

#### a- Valor más favorable

<b>Rentabilidad si k=8%</b>		<b>Rentabilidad si las ventas aumentan un 20%</b>	
Desembolso inicial	-6320,45	Desembolso inicial	-6320,45
Flujo de caja 1	2936,08	Flujo de caja 1	22706,08

Flujo de caja 2	2963,11
Flujo de caja 3	3017,71
k	8%
VAN	1.334,10 €
TIR	19,30%

Flujo de caja 2	22930,81
Flujo de caja 3	23384,77
k	10%
VAN	50.841,85 €
TIR	356,48%

Como se puede observar, si k (Coste de oportunidad del capital) disminuye a un 8%, la rentabilidad de la inversión se mantiene en 19,30% y los beneficios actualizados para el tercer año aumentan en 269,28€.

Si las ventas previstas para el período de 3 años, aumentaran un 20%, la rentabilidad de la inversión aumentaría de 19,30% a 356,48% y los beneficios actualizados para el tercer año se incrementarían en 49.777,03€.

#### b- Valor menos favorable

Rentabilidad si k=12%	
Desembolso inicial	-6320,45
Flujo de caja 1	2936,08
Flujo de caja 2	2963,11
Flujo de caja 3	3017,71
k	12%
VAN	811,18 €
TIR	19,30%

Rentabilidad si las ventas disminuyen un 20%	
Desembolso inicial	-6320,45
Flujo de caja 1	-16833,92
Flujo de caja 2	-17004,59
Flujo de caja 3	-17349,34
k	10%
VAN	-48.712,20 €
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 253,64 €.

Si las ventas previstas para el período de 3 años, disminuyeran un 20%, el proyecto dejaría de ser rentable, obteniendo pérdidas en todos los ejercicios, haciendo que la Tasa Interna de Rentabilidad no sea estimable.

#### II.3.11-Argumentos comerciales de diferenciación

Para diferenciarnos de la competencia informaremos a nuestros clientes objetivo de las ventajas que tiene nuestro producto:

- Las materias primas proceden del comercio justo.
- Productos de calidad y de procedencia natural.

- Precios competitivos y establecidos bajo criterios de comercio justo.
- Empresa implicada con el cuidado del medio ambiente.

#### **II.3.12-Canales de comercialización**

Los productos y servicios se ofrecerán en una pequeña tienda de comercio minorista. Además se definirán servicios para impartir en el exterior, como conferencias, cursos de formación y talleres demostrativos.

#### **II.3.13-Determinación del precio**

No se puede estimar un precio único, porque se va a vender una gran cantidad de productos de diferentes líneas y también se van a ofrecer un gran número de servicios.

Para el desarrollo del supuesto se aplicado un 60% sobre el coste de adquisición del producto.

#### **II.3.14-Iniciativas de promoción**

Al margen de los servicios impartidos en el exterior también se llevarán a cabo campañas de promoción, con publicidad en revistas y emisión de folletos, que inciden preferentemente en la conexión de los productos y servicios ofrecidos, con los conceptos de protección del medio ambiente, desarrollo sostenible y comercio justo.

#### **II.3.15-Atención al cliente.**

Fidelización del cliente en virtud de la optimización de la calidad de los productos y servicios ofertados y, especialmente, de transferencia de información respecto a procedencia, procesamiento, costes productivos, incidencia ambiental, etc.

#### **II.3.16-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 y Navegación de Santa Cruz de Tenerife:  
<http://www.camaratenerife.com>
- Emprende.ull:  
<http://fg.ull.es/emprendeull/>
- Tenerife Innova:

---

<http://www.tenerifeinnova.es/>

- Gobierno de Canarias:

<http://www.gobiernodecanarias.org>

- Servicio Canario de Empleo:

<http://www3.gobiernodecanarias.org/empleo/portal/web/sce>

- ICO (Instituto de Crédito Oficial):

<http://www.ico.es/web/ico/home>

- Guía de financiación comunitaria:

<http://www.guiafc.com>

## 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](http://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:](#)
    - Solicitud de licencia de obras:
    - Licencia de apertura

Cuando sea necesario llevar a cabo obras para acondicionar el local, debe dirigirse al ayuntamiento de la localidad en el que se va a implantar el negocio para solicitar la preceptiva licencia de obras.

---

Se pedirá en el ayuntamiento correspondiente donde se vaya a instalar la empresa.

- Formalización del contrato de arrendamientos o en su caso formalización de compra: Se alquilará un local de 60m2 por la cantidad de 1200€ mensuales.

**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](#)
- Dirección Provincial de Trabajo
  - [Adquisición y legalización del libro de visitas](#)

**c- Otros trámites de apertura:**

- [Registro de la Propiedad Industrial](#):

No es de obligado cumplimiento. El nombre comercial es el signo distintivo de la empresa con respecto a otras de similares características (Oficina Española de Patentes y Marcas). En Tenerife acudimos a la Consejería de Empleo, Industria y Comercio, en el Registro de la Propiedad Industrial, situado en el edificio de Usos Múltiples I, avenida Anaga 35 en la 7<sup>a</sup> planta de Santa Cruz de Tenerife.

**II.4.3- Normativa a tener en cuenta**

- Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Ley 11/1999 Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

- 
- Ley 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases.
  - Real Decreto 234/2013, de 5 de abril, por el que se establecen normas para la aplicación del Reglamento (CE) n.º 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la Unión Europea.