



Desarrollo económico

Guíaactiva

Guía para la creación de empresas

Restaurante en Rochapea

Edita: CEIN, S.A. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra

Financia: Proyecto URBAN
Ayuntamiento de Pamplona
FEDER

Diseño: RBK

Impresión: Copyprint

El Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra, CEIN SA, es una sociedad pública dependiente del Gobierno de Navarra que tiene por misión potenciar el desarrollo económico regional, incentivando el espíritu empresarial y la creación de empresas.

En este marco, CEIN viene trabajando con el Ayuntamiento de Pamplona en el desarrollo y diversificación del tejido empresarial de Casco Antiguo y Rochapea dentro del programa europeo Urban. Se pretende apoyar la instalación de nuevos negocios y la regeneración de los ya existentes en estos dos barrios.

En este contexto, y con el objetivo último de orientar y hacer más fácil la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales, hemos desarrollado una serie de manuales en los que encontrará todas las indicaciones necesarias para definir perfectamente cómo ha de ser y cómo gestionar tu futuro negocio.

Si eres una persona que interesada en crear una restaurante en Rochapea encontrarás en esta guía un esquema ordenado de trabajo. Ahorrarás así tiempo y esfuerzo en la reflexión necesaria para orientar y estudiar la viabilidad de un proyecto.

Esta guía es un modelo para realizar tu propio plan de empresa, con todas las pautas y datos pertinentes para el análisis del mercado del barrio, la identificación de la clientela y del producto o servicio que se va a ofrecer, el cálculo de las inversiones y los trámites necesarios para su puesta en marcha.

El modelo lo tendrás que adaptar a tu situación particular y a tu entorno concreto, al lugar en el que realmente vayas a prestar este servicio.

En la Mediateca Empresarial Urban (Edificio IWER de la Rochapea, Marcela Celayeta 75-Entrada 4A) te ayudaremos a elaborar un plan adaptado a tu negocio en el que se reflejen las estrategias de actuación a corto, medio y largo plazo.

Esperamos haber logrado el objetivo principal de esta publicación, editar una guía de interés y utilidad que te haga más fácil hacer germinar tu idea.

1. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DE LA GUÍA	7
2. LA IDEA DE NEGOCIO.....	11
3. PLAN DE MARKETING	15
3.1 Análisis del mercado	17
3.1.1. <i>Clientela</i>	17
3.1.2. <i>Competencia</i>	24
3.1.3. <i>Proveedores</i>	28
3.1.4. <i>El entorno en general</i>	29
3.1.5. <i>Conclusiones sobre el entorno</i>	
3.2. Clientes objetivo y tipo de restaurante	31
3.3. Decisiones de marketing	33
3.3.1. <i>Decisiones de Producto/Servicios</i>	33
3.3.2. <i>Decisiones de precios</i>	35
3.3.3. <i>Decisiones de distribución</i>	36
3.3.4. <i>Decisiones de comunicación</i>	36
3.4. Previsión de ventas	37
3.4.1. <i>Aclaración sobre la previsión de cuentas</i>	37
3.4.2. <i>Previsión de ventas</i>	37
4. PERSONAL	39
5. GASTOS E INVERSIONES	43
5.1. Gastos previstos.....	45
5.2. Plan de inversiones.....	45
6. SELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	49
7. FISCALIDAD.....	53
8. TRÁMITES NECESARIOS	59
8.1 Tabla general de trámites	61
8.2 Explicación de los trámites.....	62
8.2.1 <i>Solicitud certificación negativa denominación social</i>	62
8.2.2 <i>Escritura pública y estatutos</i>	62
8.2.3 <i>Redacción del Contrato de Sociedad Irregular</i>	63
8.2.4 <i>Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales</i> <i>y Actos jurídicos Documentados (ITPYAJD)</i>	63
8.2.5 <i>Solicitud provisional de la tarjeta de Identificación fiscal</i>	63
8.2.6 <i>Presentación de escritura en Registro Mercantil</i>	64
8.2.7 <i>Actualización del Censo de Entidades, Concesión del C.I.F./N.I.F.</i>	64
8.2.8 <i>Declaración previa al inicio de actividad</i>	64
8.2.9 <i>Licencia de actividad clasificada y licencia de obras</i>	65

8.2.10 Licencia Municipal de apertura.....	47
8.2.11 Carné de Manipulador de Alimentos	49
8.2.12 Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E)	49
8.2.13 Afiliación del Empresario a Autónomos de la S.S.....	50
8.2.14 Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.....	51
8.2.15 Afiliación trabajadores al Régimen General de la S.S.....	51
8.2.16 Declaración de Apertura de Centro de Trabajo	52
8.2.17 Comunicación de Altas de Trabajadores	52
8.2.18 Sellado de Libros Oficiales	53
8.2.19 Sellado de Contratos de Trabajo	53
8.2.20 Registro de marca y rótulo comercial.....	54

1. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DE LA GUÍA

Esta guía pretende ser una base de trabajo para todas aquellas personas que tengan interés en abrir un restaurante en Rochapea.

La guía es una referencia para quien quiera empezar su actividad empresarial como propietario/a de un restaurante. Es una base que te va indicando, en orden, qué cosas hay que tener en cuenta, qué decisiones hay que tomar y qué trámites se deben formalizar.

Como puedes ver en el índice, se utiliza la siguiente estructura:

1. Analizar el **barrio**
2. Decidir **qué tipo de restaurante** montar
3. Concretar **lo que voy a ofrecer**
4. **Cuánto** voy a **vender**
5. Ver **qué necesito** para conseguirlo
6. Qué **trámites** tengo que hacer

Una de las ideas más útiles que te puede aportar esta guía es que, al pensar en la apertura de tu restaurante, sigas exactamente este orden. Piensa primero en los clientes, luego en qué les vas a ofrecer y al final te ocupas de trámites y números. Insistimos, es muy importante para que enfoques las cosas correctamente.

La Guía es la base de trabajo para que tú hagas
tu propio PLAN DE EMPRESA

Seguir la estructura de la Guía te ayudará
a tomar decisiones acertada

2. LA IDEA DE NEGOCIO

Interesa concretar algunos aspectos y mostrar cómo, dependiendo del tipo de restaurante y de clientela que nos interese, tomaremos unas decisiones u otras. Para poder hacerlo, nos vamos a basar en un perfil de restaurante concreto, pero queremos dejar claro, que éste es sólo un ejemplo.

La idea sobre la que vamos a trabajar es la siguiente: Un bar - restaurante de comida sana, con posibilidad de productos y menús ecológicos, biológicos y vegetarianos, pero sin estar cerrado a ninguna de estas clasificaciones.

En realidad puede haber muchas otras opciones válidas. Quizás tú estés pensando abrir otro tipo de restaurante (de comida casera, una sidrería, un restaurante gallego, uno de comida rápida, temático...) En ese caso la guía también te resultará muy útil. Hay muchas exigencias y detalles comunes a todos ellos, y te será útil para saber qué preguntas tienes que hacerte, en qué orden planteártelas y cómo puedes contestarlas.

Por lo tanto, tendrás que adaptar la información que recoge la guía a tu caso, a tu idea de negocio, ubicación prevista, número de socios, tamaño... todo, hasta al estilo personal que le queramos dar al negocio.

En realidad, nuestro objetivo último es que puedas utilizar esta guía como base de trabajo para redactar tu propio plan de empresa.

La guía está ordenada según el esquema que se utiliza normalmente para hacer planes de viabilidad de nuevas empresas. Aunque te pudiera parecer que el orden no tiene importancia, a la hora de la puesta en marcha de un negocio es esencial respetarlo.

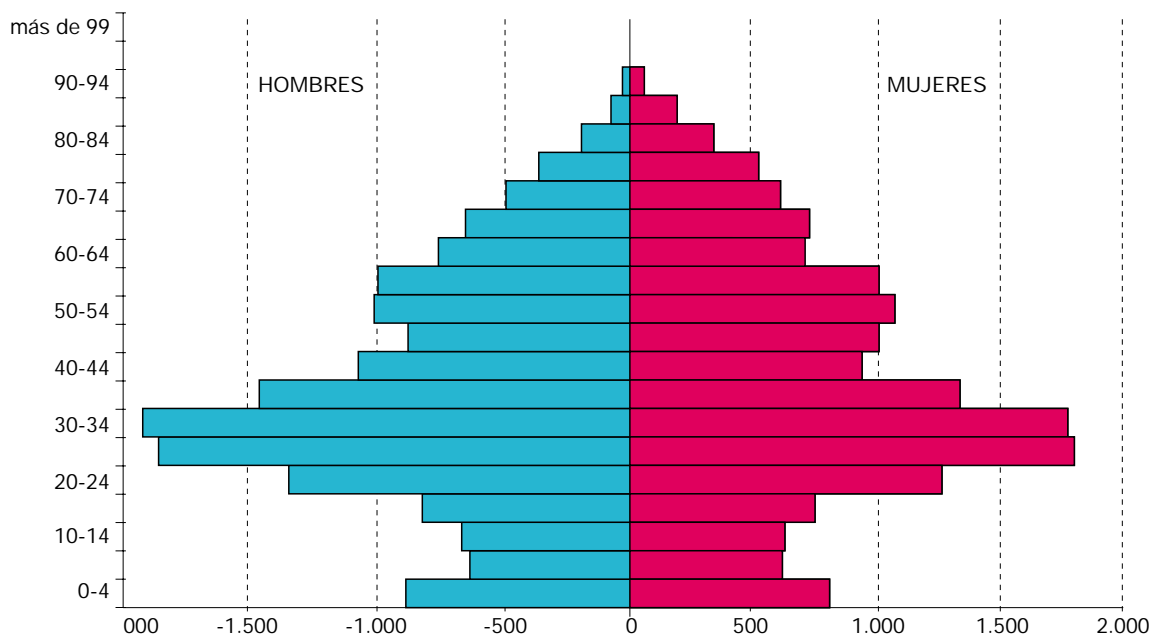
3. PLAN DE MARKETING

Es fundamental conocer con precisión el entorno y cómo es probable que éste evolucione, de este modo podremos tomar posteriormente decisiones más acertadas, aumentando las posibilidades de éxito de tu negocio. Hacer una investigación con cierto rigor, decidir que información vas a necesitar, en dónde la podrás encontrar y como vas a conseguirla.

3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1.1 Clientela

En el barrio de Rochapea viven actualmente 21.090 personas, 10.665 mujeres y 10.425 hombres, repartidas en las siguientes franjas de edad:



Fuente: Ayuntamiento de Pamplona – Padrón Municipal al 1/1/02

En anexo (Anexo 1) podrás consultar la distribución de la población por sexo y por tramos de edad.

Rochapea es además un barrio geográficamente próximo al Casco Antiguo, pero con unas barreras físicas (principalmente río Arga y Murallas) que generan un cierto aislamiento del mismo.

Existe un Plan de Revitalización y Dinamización Comercial y Económica (en adelante PRDCE) de Rochapea, que fue realizado en base a un estudio realizado en la zona en el año 2001. Este estudio nos señala que Rochapea es una zona donde prima el tránsito rodado, con facilidad de acceso en coche y con escasez de calles peatonales y áreas de esparcimiento y de atracción turística.

En la siguiente tabla se detalla la valoración por parte de los habitantes de Rochapea sobre distintos aspectos urbanísticos del barrio. La escala de valoración es de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente.

VALORACIÓN DE ASPECTOS URBANÍSTICOS DE ROCHAPEA POR LA POBLACIÓN

ASPECTOS VALORADOS	VALORACIÓN MEDIA (DEL 1 AL 5)
Facilidad de acceso en coche	3,84
Buena red de transporte público	3,75
Estado de los edificios	3,72
Amplitud de aceras	3,64
Iluminación	3,56
Intensidad de tráfico rodado	3,48
Seguridad ciudadana	3,44
Contaminación acústica	3,38
Facilidad de aparcamiento	3,32
Mobiliario urbano	3,28
Intensidad de tráfico peatonal	3,25
Limpieza en las calles	3,20
Calles peatonales	2,84
Monumentalismo y atracción turística	1,79
VALORACIÓN MEDIA	3,32

Fuente: P.R.D.C.E. – Asociación de Comerciantes de El Salvador

Además en el estudio se señala, y tú también lo podrás observar que es un barrio en el que la población realiza diversas actividades de ocio sin salir del mismo, generando posibilidades de negocio y cierto volumen de actividad. Prácticamente el 80% de la población suele acudir a cafeterías y bares con ánimo de ocio. Mucho más escasa es la costumbre de ir a restaurantes, que es realizado por el 25% de sus habitantes. Podemos ver estas cifras en una tabla:

ACTIVIDADES DE OCIO REALIZADAS	% DE POBLACIÓN
Ir a cafeterías o bares	79,9%
Ir a zonas de esparcimiento	59,8%
Ir a restaurantes	25,1%

Vemos, por tanto, que Rochapea es un barrio algo aislado peatonalmente, que no posee un atractivo turístico y de esparcimiento especial y que, por tanto, no es receptor de un número significativo de visitas, sino que son los propios habitantes los que tienen el hábito de realizar actividades de ocio en la zona.

En consecuencia, la mayoría de nuestra clientela está formada por las personas que hacen vida en el barrio.

Pensando en el tipo de restaurante del que estamos hablando, de comida sana, sí que sería apropiado hacer desde ya una distinción entre dos tipos de clientes:

1. Común

Entendemos como tal, la persona que hace vida en el barrio y que tiene una preocupación media por la calidad de los alimentos que come. Le parece bien comer sano pero no mantiene una dieta especial ni busca de forma activa un perfil determinado de alimentos.

2. Sensibilizado/a

Persona especialmente preocupada porque su alimentación diaria sea sana. Sigue un determinado tipo de dieta o limitación de lo que come y busca activamente productos que encajen en ella. Puede ser de distintos perfiles: vegetariana, macrobiótica, ecologista, deportistas, personas con limitaciones por cuestiones médicas (colesterol, ácido úrico...), etc.

Tienen en común que quieren alimentos saludables y que están interesados en saber y controlar lo que comen. Además de comida sana suelen procurar seguridad alimentaria. Les gusta consumir productos fiables, de procedencia conocida y controlada. Este aspecto se intensificó en 2.001, a raíz de la crisis de las vacas locas, fiebre aftosa, peste porcina, etc.

Definir el perfil de tus clientes es el Primer Paso a dar en tu comercio

Ahora vamos a pensar en qué es lo que va a hacer que estos clientes acudan o no a nuestro negocio, vamos a pensar qué quieren. Para ello es interesante que dividamos el bar restaurante en varios negocios distintos y los veamos uno por uno. Esta división puede ser la siguiente:

	Entre semana		Fin de semana	
Mañana	1	Cafés y chiquiteo	2	Cafés y chiquiteo ocio
Mediodía	3	Menús diarios	4	Comidas de ocio - Celebraciones
Tarde	2	Cafés y chiquiteo ocio	2	Cafés y chiquiteo ocio
Noche	5	Cenas diarias	6	Cenas amigos y copas- Celebraciones

1. Cafés y chiquiteo mañana

Los días laborables vendrán tanto las personas que trabajan en Rochapea (sean o no del barrio), como los vecinos/as (personas jubiladas, desempleadas).

Lo que más les animará a entrar en el bar será:

- **Ubicación:** Que esté cerca de su puesto de trabajo, su casa o su ruta de chiquiteo.
- **Servicio:** Trato familiar, que se sientan como en casa, como clientes de diario. Se conozca su nombre, se les escuche, etc.

A los clientes sensibilizados les gustaría además, degustar un almuerzo algo distinto. Además del café y bollo habitual, les gustaría encontrar otras alternativas, como café ecológico o tal vez piezas de fruta, zumos variados, infusiones o batidos naturales.

Localización

En Rochapea, pueden ser interesantes para este tipo de consumo:

- las zonas cercanas a centros de trabajo, como es el área de Matesa y la zona cercana al polígono de Artica.
- las áreas más comerciales, donde coinciden rutas de chiquiteo con trabajadores/as de comercios, bancos, alguna oficina, etc. Éstas pueden estar en torno a Marcelo Celayeta.
- en otras áreas muy interesantes en desarrollo, como son el Parque de los Enamorados, el Paseo del Arga, el Bulevar de Rochapea y la zona del Museo de los Sanfermines.

2. Cafés y chiquiteo ocio

Para calcular los cafés y chiquiteo de última hora de los días laborales y fin de semana, hay que sumar a los vecinos del barrio que trabajan fuera y descontar los que trabajan en Rochapea y viven fuera.

Su plan será más familiar, en grupos de amigos y menos apresurado. Vamos a analizar distintas variables:

- **Ubicación:** La cercanía ya no será tan esencial.
- **El entorno:** Interesa mucho un entorno de ocio. Que haya más bares, estar en zona de poteo, un parque para los niños, el tener terraza, estar cerca de un paseo bonito, etc.
- **Servicio:** El trato pasa a ser determinante. Se tienen que sentir muy bien. Ahora buscan más el ambiente acogedor que la propia consumición.
- **La consumición:** En principio no es lo fundamental, pero sí puede ser clave si consigues tener algo que te distinga, como un buen panel de pinchos sugerentes o productos distintos a los que puedan encontrar en los demás bares.

Nuevamente, en este momento la clientela sensibilizada puede encontrar un valor añadido si le brindamos la posibilidad de tomar algo que encaje con sus costumbres, como zumos, cerveza biológica, vino ecológico, etc.

Localización

Para este negocio, que puede ser muy interesante para el bar restaurante, la mejor ubicación está en las zonas de pteo y paseo de Rochapea. Una de ellas se sitúa en torno a la tradicional vía de actividad, Marcelo Celayeta. A ésta hay que sumar áreas en desarrollo donde se generará progresivamente más ambiente, como el Parque de los Enamorados, el Bulevar de la Rochapea y la ribera del Paseo del Arga.

3. Menús diarios

Éste es el elemento central de un restaurante de barrio de nivel medio. El público fundamental de los menús diarios son las personas que trabajan en Rochapea y tienen jornada partida.

Estos/as clientes buscan:

- **Ubicación:** Si el restaurante está ubicado en una zona en la que aparcar no sea muy fácil, tienes que pensar en que la gente vendrá andando, por lo que el radio de acción es bastante pequeño. Éste se podría estimar en 10-15 minutos, que viene a suponer un kilómetro.

Hay que tener en cuenta además que normalmente el y la cliente de menú diario es bastante fiel y tiende a repetir comedor. En general, buscará un restaurante que le guste tanto para ir un día de buen tiempo como para volver un día de lluvia. Su disposición a desplazarse andando será menor.

Si el restaurante cuenta en su entorno inmediato con espacio para aparcar, la situación cambia, puesto que los clientes pueden acercarse en coche. Esta situación, sin embargo, no es la más habitual en Rochapea.
- **Comida:** En la comida diaria la clientela buscará platos agradables y sencillos y raciones generosas.
- **Precio:** En este caso, el precio importa mucho más que en los otros casos. Si el resto de elementos (comida, atención, ubicación) están bien, no será necesario que seas el más barato, pero sí que tendrás que mantenerte a un nivel cercano al resto de los restaurantes de la zona. Un precio sensiblemente más alto (2-3 euros por encima de la media) podría hacerte perder clientela (o no ganarla).
- **Servicio:** Sigue siendo muy importante el trato cordial y amable. Piensa que todo el mundo quiere comer como en casa. Para esta parte del negocio, la rapidez es esencial.

A todo esto hay que añadir nuevamente aspectos específicos que atañen a la clientela sensibilizada:

- para estas personas no será tan restrictiva la ubicación, y posiblemente estén dispuestas a desplazarse algo más por ir a un lugar diferente.
- valorarán mucho que en el menú haya opciones sanas, como ensaladas, verduras, carne blanca sin mucho aceite, ni grasas saturadas, etc.
- les gustará además tener información sobre lo que comen, tanto sobre posibles certificados (biológico, ecológico, agricultura integrada...), como de su origen y valores nutricionales.

Para pensar en zonas de Rochapea adecuadas para esta parte del negocio ahora te tienes que centrar en la cercanía de los centros de trabajo. Nuevamente tenemos Matesa y polígono industrial de Artica. Los y las trabajadoras de comercio no son interesantes, porque cierran bastantes horas al mediodía y tienden a ir a casa a comer. Los de los bancos y algunas oficinas tampoco. Normalmente disfrutan de jornada continua y se van a su casa al terminar la jornada.

Localización

Cuanto más cerca te sitúes de estos centros de trabajo será mejor. Tampoco Rochapea es muy extenso, pero seguramente una ubicación cercana a la Plaza Margarita de Navarra o calle de San Blas serán más interesante que la zona de la Plaza de Sancho Abarca, ya algo alejada, o más aún que el área próxima a los Corralillos del Gas y futuro Paseo del Arga. Esta última ubicación resulta alejada para ir andando todos los días y exigiría un atractivo muy especial del restaurante, que tal vez se podría lograr para la clientela sensibilizada, pero difícilmente para la común.

4. Comidas de ocio

Las comidas de ocio se celebrarán el fin de semana. Rochapea, al menos de momento, no es un barrio receptor de visitas de personas de otros barrios o pueblos para compras, ocio y paseo. Seguramente con todos los proyectos de renovación en marcha esta situación cambiará, pero para hacer un plan de una empresa se debe ser prudente y conservador, especialmente en cambios de hábitos. Debes contar por tanto con:

- Las y los vecinos del barrio en el caso de la clientela común. Es posible que vengan personas de otros barrios, pero sin una motivación especial es poco probable.
- Las y los clientes concienciados de Pamplona. En este caso sí que existe una motivación especial, y este perfil puede primar aspectos como la comida sana y especial frente a la ubicación del restaurante.

En esta ocasión van a buscar esparcimiento, un lugar agradable en trato y espacio. Los y las clientes valorarán aquello que buscan en el café y chiquiteo de ocio: trato y entorno de ocio.

En este caso, debes tener muy en cuenta además la ambientación del local. Este aspecto es siempre importante, pero mucho más cuando la gente va a comer y disfrutar con idea de estar tiempo de charla en el local. La ambientación es una característica clave para los clientes sensibilizados. Piensa que en este caso no sólo van a comer, ni siquiera sólo a entretenerse. Están ejercitando una manera diferente de ver el mundo. Quieren sentirlo, sentirse algo distintos, sentirse en un entorno que respeta su escala de valores.

La ubicación idónea será, sin duda, las zonas más agradables y abiertas, las plazas de Rochapea que están bien cuidadas, los parques, como el de los Enamorados y toda la zona del futuro Paseo del Arga.

5. Cenas diarias

En un barrio de las características de Rochapea es difícil que esta parte del negocio genere ingresos interesantes. Los y las trabajadoras de otros lugares ya no están en el barrio y la gente del lugar tiende a cenar en casa. No es una zona en la que haya ambiente nocturno los días laborales como para mantener la actividad.

6. Cenas fin de semana y copas

Para esta parte del negocio se puede decir, en primer lugar, algo parecido a lo que se ha comentado en comidas de ocio. Puede ser que personas de otras zonas acudan a cenar y salir por el lugar, sobre todo a partir de los cambios que vayan dándose en el barrio. Pero de momento hemos de contar con los habitantes de Rochapea. En el servicio de cena la clientela es la misma que en las comidas de ocio:

- Clientes comunes de Rochapea
- Clientes sensibilizados/as de Pamplona

Y para el chiquiteo nocturno nos deberíamos limitar exclusivamente a la gente del barrio. Para esta franja horaria la edad media descenderá y los que vayan a acudir seguramente serán cuadrillas de jóvenes.

En el servicio de cena de fin de semana la clientela valorará:

- Comida: Que esté rica, que sea un tanto especial, distinta a la que se come todos los días en casa. Platos algo más elaborados y originales serán bien recibidos.
- Ubicación: No es tan importante. Mucho mejor si se está en zona de tránsito de gente y ambiente, pero no es imprescindible. La cuestión es no estar excesivamente alejado.

El entorno agradable (parque, jardines...) favorece, pero no es tan crucial como en las comidas de ocio.
- Precio: También importa menos que en las comidas de menú. Manteniendo un nivel normal, es mejor dar prioridad a que la cena esté rica y sea algo especial.
- Servicio: Aquí no es tan importante la rapidez. Lo que busca la gente es un ambiente agradable, divertido.
- Ambientación: Sin duda una cuestión muy importante. La gente quiere sentirse bien y si lo consigues, irán más, recomendarán a gente y se quedarán más tiempo. Es muy interesante que a los y las clientes les apetezca alargar la cena, porque entonces consumen cafés y copas, con lo que se factura bastante y se consigue mucho margen.

Para las copas de noche la cuestión clave y central es el ambiente. Estar en una zona con cierto movimiento, tener una decoración animada y acogedora, música de un tipo y volumen y trato acorde. En este caso la gente acude a los bares con los que se identifica, por el tipo de música, zona y, muy importante, por la gente que acude al local.

Analiza porqué tus clientes potenciales PREFIEREN IR A UN RESTAURANTE O A OTRO

3.1.2 Competencia

La competencia principal del nuevo restaurante serán los otros establecimientos de Rochapea, particularmente servicio diario y dirigido a la gente del barrio.

En el caso de las y los clientes sensibilizados, para las comidas y cenas de ocio tendremos que añadir como competencia a los restaurantes vegetarianos y ecológicos de Pamplona.

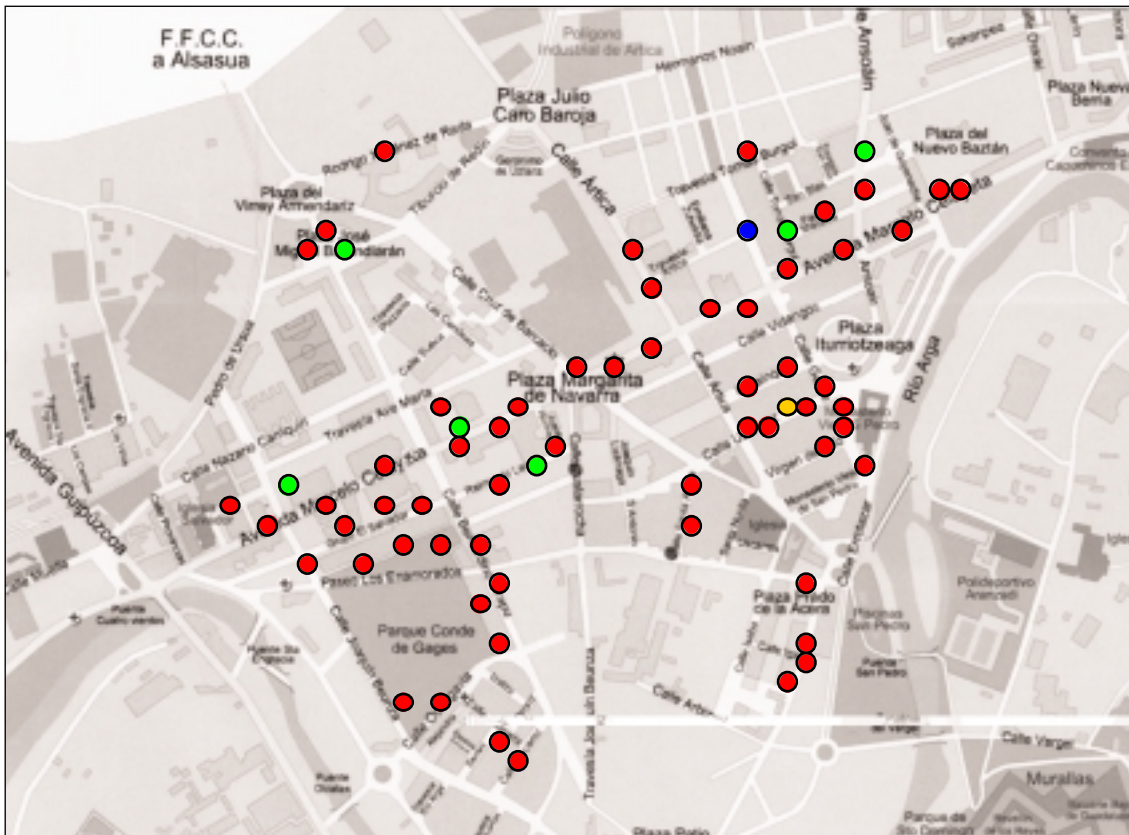
En el primer caso, en el barrio de la Rochapea existen 69 establecimientos que pueden ser competencia de tu negocio:

TIPO DE ACTIVIDAD	EPÍGRAFE I.A.E.	ESTABLECIMIENTOS
RESTAURANTES DE DOS TENEDORES	167140	1
RESTAURANTES DE UN TENEDOR	167150	7
CAFETERIAS DE UNA TAZA	167230	1
SERVICIOS EN CAFES Y BARES	167300	60
TOTAL		69

Fuente: atlas en el Impuesto de Actividades Económicas, Enero 2.002

En este caso uno de los aspectos que tenemos que estudiar es su ubicación. Vamos a ver dónde están situados estos establecimientos en un mapa de Rochapea.

UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA EN ROCHAPEA (1)



- Restaurantes de dos tenedores
- Restaurantes de un tenedor
- Cafeterías de una taza
- Servicios en cafés y bares

En el caso del bar restaurante, la cercanía de la competencia puede ser más una ventaja que un inconveniente. No hay que buscar un lugar donde no existan competidores. Si has leído el apartado sobre clientes ya sabrás que interesa ubicarse en lugares o que estén muy cerca de los centros de trabajo o donde ya hay circulación de personas y cierto ambiente.

La valoración que los consumidores de Rochapea tienen de la dotación de que disponen de bares y cafeterías es además notablemente positiva. Esto varía al precisar su conformidad con las opciones existentes en el barrio de pubs y discotecas, así como de zonas de esparcimiento que apoyen estas actividades de ocio. En estos casos la valoración es muy negativa, como puedes observar en la siguiente tabla:

(1) Cada establecimiento está colocado en su calle. Su colocación en el número de portal correspondiente no es exacta.

VALORACIÓN DE LA OFERTA POR PARTE DE LOS RESIDENTES

ASPECTOS VALORADOS	VALORACIÓN MEDIA (DEL 1 AL 5)
Cafeterías, bares...	4,08
Restaurantes	3,47
Locales de comida rápida	3,09
Zonas de esparcimiento (parques, jardines...)	2,92
Pubs y discotecas	1,65
VALORACIÓN MEDIA	2,73

Fuente: P.R.D.C.E. – Asociación de Comerciantes El Salvador

La competencia es además una fuente de ideas, así que será muy interesante que la observes. Tienes que estar atento/a a sus precios, sus platos, servicio, etc. Puedes además recoger ideas de empresas que no sean competencia directa, bien porque sean restaurantes vegetarianos de otras ciudades o porque sean negocio distintos.

Como referencia de precios de la competencia y haciendo una media de lo que los y las clientes pueden encontrar en Rochapea, en el año 2002 se podrían establecer como precios medios:

SERVICIO	EUROS
- Menús entre semana	7,50
- Carta diario	12,00
- Menús fin de semana	12,00
- Carta fin de semana	18,00
- Cenas fin de semana	14,50
- Café	0,80
- Caña	1,50
- Tinto normal	0,50

Recuerda que tienes que pensar además en el futuro, en cómo será el barrio dentro de tres o cuatro años. Por lo tanto, hay que pensar en la competencia que habrá entonces, en los bares que puedan abrir. Lo más probable es que surjan nuevos locales en las zonas que se están desarrollando, especialmente en zonas de bajas sin ocupar, como en las calles próximas a la plaza de Sancho Abarca.

Centrándonos ahora en los competidores más específicos, en los que compiten con tu negocio para dar comidas y cenas de ocio a la clientela sensibilizada, encontramos los siguientes:

1. Restaurante vegetariano Tapioca

Está situado al otro lado de la ciudad, en Azpilagaña, concretamente en la calle Río Alzania. Ofrece sólo menús y se basa en un trato muy familiar y en mantener una clientela muy estable y fiel, de hábitos vegetarianos. Sirve comidas de lunes a sábado y cenas los viernes. Los domingos y días festivos permanece cerrado. El menú entre semana cuesta 8,20 euros.

2. Restaurante vegetariano Sarasate

Este restaurante está localizado en la calle San Nicolás 19-21 de Pamplona, en el Casco Antiguo. Sirve tanto menús como carta, su clientela rota algo más. Permanece cerrado los lunes, jueves noche y domingos. Sirven vinos e infusiones. No sirven cafés ni está permitido fumar.

3. Bar - restaurante Hirixka

Está ubicado lejos de Rochapea, concretamente en la calle Tajonar, frente a los Edificios Inteligentes, dentro del Segundo Ensanche. Este restaurante no sirve comida vegetariana sino ecológica. En realidad el negocio completo es un restaurante y una tienda de productos ecológicos, muchos de Navarra. Son dos espacios contiguos pero independientes.

En el restaurante ofrecen opción tanto de menú como de carta. Ofrece cuatro interesantes opciones de menú, todos con productos ecológicos:

- Menú vegetariano, a 13,8 euros
- Menú con carne, a 16,08
- Menú vegetariano para llevar a casa, a 7,85
- Menú con carne para llevar, a 10,22 euros

4. Restaurante Goizane

Esta situado en la calle Irunlarrea 6-8 . Permanece abierto todos los días de la semana excepto lunes y viernes a la noche. El menú del día se ofrece a 9,50 euros.

No sirven ni bebidas alcohólicas ni café y tampoco se puede fumar.

En tu caso, y una vez que estés centrado en el tipo de restaurante que quieres abrir, convendría que recogieras este tipo de información sobre la competencia más directa, que los visitaras personalmente y que te prepararas una tabla con dos apartados:

1. Apartado de valoración: donde recojas tu propia valoración de una serie de aspectos importantes (la ubicación, el aspecto externo...). Puedes valorar de 1 a 10, como el sistema tradicional de evaluación académica.
2. Apartado de datos: donde apuntes cifras concretas (horarios, precios...)

Característica	Restaurante			
	1	2	3	4
Valoraciones				
Ubicación				
Aspecto externo				
Decoración interior				
Amabilidad en el trato				
Variedad del menú				
Rapidez del servicio				
Presentación de los platos				
Calidad culinaria				
Datos				
Horarios				
Calendario semanal				
Capacidad de comensales				
Número de personas trabajando				
Número primeros platos				
Número segundos platos				
Número de postres				
Precio del menú				

3.1.3 Proveedores

Tendrás dos tipo de proveedores:

Proveedores de maquinaria de restauración, instalaciones y utensilios

Existe gran variedad de posibilidades. En todo lo que compete a maquinaria e instalaciones importantes debes buscar los proveedores que más garantía te den de servicio post-venta. Una avería en los fogones, la cámara, cafetera o cualquier elemento central del bar restaurante que tarde en resolverse te impedirá ofrecer tus servicios con calidad. Dejarás de facturar y posible-mente perderás clientes.

Proveedores de alimentos y bebidas

En este caso deberías fijarte más en la calidad del alimento, que va a incidir directamente en el servicio que puedas ofrecer. Estamos además hablando de un restaurante de comida sana dirigido en gran parte a un público preocupado por lo que come.

Deberás conocer las calificaciones de los alimentos (agricultura y ganadería convencional, ecológica, integrada, en conversión), denominaciones de calidad (ternera de Navarra, alimento artesano de Navarra...), denominaciones de origen (queso Roncal, piquillo de Lodosa...) y sus sistemas de control.

Para ello, podrás utilizar proveedores habituales de alimentos (MercaIruña) y combinarlos con proveedores especiales, como puede ser un distribuidor de productos ecológicos (Urkiola es el más importante de Navarra) o directamente con los elaboradores, bien sea contactándolos a través de cooperativas como TrigoLimpio, o a través de organismos reguladores, como el Consejo de la Producción Agraria Ecológica de Navarra (CPAEN) para los productos biológicos o también el Instituto para la Calidad Alimentaria de Navarra (ICAN), que regula por ejemplo los alimentos artesanos.

Ten en cuenta que gran parte de las provisiones son perecederas y que por lo tanto no es conveniente que hagas compras exageradas. Aprovecha las ofertas, descuentos por volumen de compras solamente en compras de alimentos o bebidas no perecederas.

Vete reponiendo diariamente conforme vas consumiendo y pide consejo a tú proveedor sobre todo al principio hasta que vayas viendo como marcha el restaurante y tú mismo seas capaz de gestionar tus compras.

Te adjuntamos en el anexo un listado de posibles proveedores ordenados por productos. Tienes además otras posibilidades, como apoyarte en una cooperativa para realizar las compras.

Trabaja con DOS o TRES PROVEEDORES por LÍNEA DE PRODUCTO

3.1.4 El entorno en general

Al hablar de entorno en general nos referimos a cuestiones relacionadas con legislación, aspectos políticos, evolución económica general, tendencias culturales y climatológicas que también te van a afectar.

Es conveniente que reflejes solamente los elementos del entorno que realmente afectan, aquello que tiene consecuencias en el negocio.

En lo que se refiere al entorno en general, te pueden afectar tres grandes factores:

1. El desarrollo de Rochapea

El principal entorno que va a marcar la vida del restaurante es el propio barrio. Ya sabes que tienes que pensar en cómo será todo en el futuro, dentro de tres años, por ejemplo. Y Rochapea va a cambiar mucho. Hay principalmente cuatro grandes cambios:

- Se van a habilitar nuevas zonas de paseo y ocio. Paseo del Arga, Museo de los Sanfermines y Bulevar de Rochapea como principales.
- Va a aumentar la dotación de servicios. Nuevos comercios y, claro está, más bares, cafeterías y restaurantes. Esto ya está ocurriendo.

- Aumentará la población.
- Se instalará alguna empresa más. Crecerá en número de oficinas en Matesa y habrá nuevas instalaciones.

Todo ello va a ir modelando un barrio más habitado, con más flujo de gente, más calidad de vida y más vida de ocio y en la calle. Este desarrollo previsto es muy positivo para el bar – restaurante.

2. Preocupación creciente por la salud

El grupo que hemos denominado como clientela sensibilizada es cada vez mayor. Conforme pasa el tiempo los ciudadanos van tomando mayor conciencia de la incidencia de la alimentación diaria en su salud.

Cada día más gente sigue determinadas dietas y quiere controlar lo que come. En realidad se suman tres tendencias:

- Mayor preocupación por la salud en general.
- Mayor conocimiento dietético y conciencia de la importancia de la alimentación en la salud.
- Mayor desconfianza en los alimentos convencionales.

Conviene de todas formas tener en cuenta también que la regulación y control de términos como ecológico, artesano, natural, casero, etc. es reciente y parcial. También lo es el conocimiento por parte del consumidor de todas estas clasificaciones y lo que implican. Es un mercado todavía inmaduro. Eso hace que no exista tampoco una confianza ciega en los productos que así se etiquetan y que se generalice un cierto grado de escepticismo en el uso de estos términos.

3. Hábitos de comer fuera del hogar

Ya habrás oído muchas veces que las costumbres están cambiando, que cada vez todos nos movemos más y tenemos menos tiempo. Esto afecta a muchos negocios y, entre otros, al mercado de menús y comidas rápidas y funcionales. En general hay cada vez más gente comiendo fuera de casa de forma más o menos continua, y eso puede beneficiar a tu futuro restaurante.

3.1.5. Conclusiones sobre el entorno

En este apartado se recogen las conclusiones de todo lo que hemos visto hasta ahora en el punto 3. Las conclusiones de la situación del entorno (clientes, competencia, legislación...) que van a afectar a nuestro restaurante..

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • La población de Rochapea está en crecimiento. • La oferta de bares y restaurantes también crece y no está saturada. • La mejora en la calidad de vida del barrio encaja con la idea de un restaurante de comida sana. • Creación de áreas de ocio y paseo, adecuado mejorar el consumo en tardes y fines de semana. • Tendencia general a comer alimentos más sanos. • Necesidad creciente de comer fuera de casa. 	<ul style="list-style-type: none"> • El barrio de momento es poco receptor de visitas de ocio. • Existe bastante escepticismo sobre el uso de términos como ecológico, natural, etc.

3.2 CLIENTES OBJETIVO Y TIPO DE RESTAURANTE

Para analizar a qué clientes debemos dirigir el local, vamos primero a definir qué tipos de clientes posibles podría haber. Los podemos clasificar desde dos puntos de vista y luego hacer combinaciones.

La primera clasificación podría ser por su relación con Rochapea:

1. Trabajadores y trabajadoras en Rochapea.
2. Residentes en Rochapea.
3. Resto de Pamplona y comarca.

(Si una persona trabaja y vive en el barrio lo incluimos en Residente en Rochapea).

Y la segunda por su interés por la comida sana. Podría ser:

- A. Comunes: no tienen interés especial.
- B. Sensibilizados/as: siguen una o les interesa cuidar la dieta.

Combinando las dos clasificaciones tendríamos 6 tipos de clientes:

	A. Comunes	B. Sensibilizados
1. Trabajadores/as en Rochapea	1	2
2. Residentes en Rochapea	3	4
3. Resto de Pamplona	5	6

Seis tipos de clientes distintos pueden dispersar nuestros esfuerzos. A la hora de orientar el negocio, pensar qué ofrecer concretamente, de ambientar el local, etc., es mejor centrarse un poco más. Para eso vamos a pensar en los distintos negocios o tipos de servicios que podemos ofrecer y en qué posibilidades tiene cada uno en los 6 tipos de clientes.

Cruzamos los servicios con los tipos de cliente y hacemos una pequeña valoración:

	Trabajadores/as en Rochapea		Residentes en Rochapea		Resto de Pamplona	
	común	sensibl.	común	sensibl.	común	sensibl.
Cafés y chiquiteo	2	3	2	3	1	1
Cafés y chiquiteo ocio	1	1	2	4	1	1
Menús diarios	3	4	1	2	1	1
Comidas de ocio	1	4	1	4	1	4
Cenas diarias	1	1	1	1	1	1
Cenas ocio	1	4	1	4	1	4
Copas	1	1	1	1	1	1
Comidas llevar	1	4	2	4	1	2

- 1: Pueden usar el servicio, pero o bien no tiene un atractivo especial para él o ella o no le resulta muy accesible. El fondo lo dejamos en blanco.
- 2: El servicio puede estar bien. Aporta alguna ventaja sobre otros servicios del barrio. Lo sombreamos claro.
- 3: El servicio tiene más atractivo que otros. Hay de todas formas limitaciones en el interés o en las posibilidades de usarlo. Sombreado medio.
- 4: Es la mejor combinación tipo de cliente – servicio. Encaja tanto el interés del usuario/a como su disponibilidad para ese servicio. El sombreado más oscuro.

Así se ve muy claramente dónde tenemos más capacidad de penetración. Las celdas oscuras se concentran en los/as sensibilizar, especialmente en los que hacen vida en el barrio. Ellos/as serán nuestros clientes objetivo.

Entonces ¿qué hacemos? ¿Nos dedicamos exclusivamente a esa clientela? ¿Marcamos muy claramente que nuestro café- restaurante está orientado a ecologistas o vegetarianos/as? Vamos a recordar dos cosas:

- Pamplona no es una ciudad grande y Rochapea es un barrio relativamente pequeño con un número limitado de visitas.
- La costumbre de alimentación vegetariana o ecologista está creciendo, pero es aún muy incipiente. Existe además cierto escepticismo sobre determinados términos.

Tenemos por tanto que abarcar distintos tipos de clientes. Debemos ser algo especiales para los y las clientes sensibilizados pero sin resultar demasiado extraños, novedosos o distantes para los comunes.

Ponemos en marcha, por tanto, una cafetería – restaurante de comida sana. Según habíamos adelantado al principio: que dé opciones de seguir una dieta vegetariana o ecológica, pero sin cerrarse a ninguna de estas clasificaciones, sino ciñéndose al concepto de comida sana y controlada.

Vamos a ver cómo se puede concretar esta definición. Vamos a tomar decisiones de marketing y de estructura.

3.3 DECISIONES DE MARKETING

Una vez que tienes claro a quién vas a dirigirte, quiénes son tus clientes/as objetivo, tendrás que empezar a tomar decisiones siempre teniendo en cuenta y sin olvidar el punto de vista de éstos y éstas:

- Los servicios a prestar, productos a ofrecer
- Los precios por servicio
- La comunicación de tu servicio
- etc.

Las decisiones deberán ser coherentes, que unas se apoyen en otras, además las debes enfocar desde la óptica de tus clientes/as objetivo.

3.3.1 Decisiones de producto/servicio

Ambientación general

Decoración con materiales limpios, naturales y ligeros: maderas claras, cristales e introducción de fotografías de naturaleza Navarra. Música tranquila en el bar a volumen reducido. En general ambiente natural y próximo, sin ser excesivamente tradicional, místico o ecológico.

Es muy importante que el escaparate, la fachada, transmita la misma idea. Que la entrada al bar sea muy abierta, que invite a entrar, sin barreras físicas o visuales. El espacio del restaurante puede estar algo más recogido.

Apóyate en un profesional, cuéntale en que tipo de servicio y de público estás pensando para que tú local guarde coherencia con esto. Si no puedes invertir dinero en esto, invierte tiempo y observa restaurantes de otras ciudades que sean de estilo al tuyo y que puedan dar resultado en el barrio.

Servicio de bar

Los productos habituales de un bar – cafetería, con alguna modificación:

- Bollería ecológica – integral y artesana.
- Inclusión de amplia gama de té e infusiones, con indicación de sus características.

- Inclusión de cafés y cacao ecológicos y/o provenientes de comercio justo.
- Surtido amplio de zumos de frutas con y sin leche. Denominación de los zumos en función de sus cualidades (un vistalegre, un pielsana, etc)
- Vinos biológicos de Navarra.
- Tapas y pinchos variados con productos biológicos o con denominación de origen (tapa queso Roncal, chorizo artesano de Navarra, pimiento de Lodosa relleno de ternera de Navarra...).

Comidas entre semana

Menú de comida sana. Combinación en un solo menú de opciones vegetarianas, biológicas, macrobióticas, dietéticas, etc.. Para ello ofrecemos 6 primeros, 5 segundos y 5 postres.

En una primer página del menú se ofrecen los distintos platos en una lista como en todos los restaurantes, pero con descripción algo más detallada sobre los ingredientes. Por ejemplo:

En vez de “Escalope con patatas fritas” ➔ “Escalope de ternera de Navarra con guarnición de verdura ecológica”.

En páginas posteriores, para quien lo quiera consultar, se ofrece más detalle de cada plato en una tabla del estilo:

Plato	Vegetariano	Ecológico	Energía Kcal	Proteínas	H. carbono	Grasas
Ensalada Arco Iris – escarola, tomate, zanahoria, berenjena, aceitunas, guisantes y queso.	•	90%	625	16 g	78 g	2,1 g
Ensalada Energía – lechuga, apio, cebolla, alubias de Tolosa, nueces y queso.	•	90%	1612	53 g	81 g	5,1 g
...						
Pato - pato asado con guarnición de verdura ecológica		100%	1520	42 g	150	8,2 g
etc.						

Habría que indicar que los valores nutricionales reflejados son una aproximación, que puede ser muy útil para las personas que controlan su dieta. Tiene sobre todo el efecto de transmitir la imagen de cocina sana y controlada.

Tendríamos que tener una lista de productos ya pensados e ir rotándolos en el menú. Convendría tener una lista amplia. Siendo platos algo especiales el número de opciones tiene que ser algo mayor, puesto que es más probable que a una persona, acostumbrada a la comida tradicional, no le gusten varios de nuestros platos.

Comidas y cenas fin de semana

Esquema muy parecido ampliando las opciones: 10 primeros, 6 segundos y 6 postres e introduciendo algún plato de materia prima más selecta y cara y/o de más elaboración.

Comidas y cenas para llevar

Aprovechando el valor añadido de la comida, dado su carácter de comida sana y controlada, ofrecemos la posibilidad de llevarla a casa. Utilizamos los mismos menús, el que esté activo en el día.

3.3.2 Decisiones de precios

Como nuestra comida es especial, por necesidad y para ser creíble, vamos a cobrar algo más que la competencia convencional. Por no distanciarnos mucho, y respetando la idea de restaurante que hemos concebido, cobramos también algo menos que la competencia específicamente ecológica. Los precios del restaurante serán:

SERVICIO	EUROS
- Menús entre semana	9,50
- Menús fin de semana	13,90
- Carta	

Tenemos que pensar que el o la cliente compara directamente entre el plato de un establecimiento y el de otro y relaciona diferencia de precio con diferencia de calidad de la comida. Si piensa que los alimentos que usamos son por ejemplo un 30% más caros, le parecerá razonable que comer en nuestro restaurante cueste un 30% más.

A nosotros, sin embargo, si la comida nos cuesta un 30% más, el plato no nos sale un 30% más caro. En realidad la materia prima en un restaurante viene a representar el 25% del coste, por lo que nos saldría el plato un 30% de ese 25% más caro, un 7,5% más caro. Tenemos que aprovechar esta diferencia entre percepción del cliente y realidad del negocio.

Los servicios de bar de productos convencionales los cobraremos al precio medio del barrio. En los productos especiales (bebidas biológicas, embutidos artesanos...) el precio dependerá en gran parte del coste de este alimento especial, pero en general cobraremos un 25 – 35% más que un producto convencional.

Dado el mayor nivel de precio convendrá que demos facilidades en el sistema de cobro, por lo que ofreceremos la posibilidad de realizar el pago con tarjeta.

3.3.3 Decisiones de distribución

La distribución hace referencia a la forma de hacer accesible nuestro servicio al cliente. En un restaurante, la decisión fundamental a este respecto es la ubicación.

En nuestro caso queremos combinar público de entre semana (decíamos más cercano a Matesa y polígonos) con público de ocio (más propenso a aproximarse a paseo del Arga, etc.). Necesitamos por otro lado una ubicación cuya estética sea acorde con la idea de calidad de vida, espacio sano, etc. No olvides que el local debe cumplir una serie de requisitos en cuanto a dimensiones mínimas, requisitos que vienen desarrollados en las ordenanzas de construcción y de sanidad. Adjuntamos en anexo (Anexo 3) la Ordenanza de Sanidad nº 3 : establecimientos de hostelería y similares.

Las ubicaciones pueden ser varias dentro de Rochapea. Una que cumple satisfactoriamente con todos los requisitos es el Parque de los Enamorados.

3.3.4 Decisiones de comunicación

La mejor publicidad es la que puedan hacer tus clientes “el boca-oído”, por lo que tendrás que cuidar especialmente su atención. Éste es un buen sistema, aunque tiene el inconveniente de ser algo lento.

Como en la primera fase te pesará el esfuerzo de la inversión y se acumularán los gastos, es muy conveniente que ayudemos al boca – oído con distintos sistemas para comunicar la apertura. Algunas ideas que podrías hacer son:

- Convertir la apertura en noticia. Como es un estilo de restaurante bastante especial se puede hacer noticia de su inauguración. Convendría preparar unas notas de prensa y entrevistarse con los principales medios de Pamplona y Rochapea (Prensa regional y local, revistas del barrio, emisoras de radio, etc). Debes procurar que los medios escritos publiquen la noticia el fin de semana.
- Editar un pequeño cartel anunciador del nuevo restaurante y unas tarjetas pequeñas y coquetas para llevar en la cartera.
- Colocar carteles y dejar a la vista tarjetas en los distintos centros de trabajo, especialmente en los más cercanos al local.
- Hacer lo mismo en comercios en los que te den permiso. Conviene hacerlo especialmente en los comercios donde pueden ir los clientes sensibilizados, como herboristerías e incluso farmacias.
- Tener un detalle, un café o postre gratis, con los comerciantes la primera vez que vayan. Son unos prescriptores estupendos, pueden dar tu restaurante a conocer.
- Organizar un pequeño evento el domingo de la inauguración. Buscar la colaboración de artesanos y productores ecológicos y organizar en el parque una pequeña muestra con venta – regalo – promoción de alimentos en el parque. Pequeña feria de la alimentación sana de Navarra.

En todo es muy importante que quede claro el estilo del restaurante y su ubicación exacta, para que nadie tenga duda de que lo encontrará a la primera.

Marca

El nombre de marca tiene que ser sencillo, fácil de recordar y que sugiera algo relacionado con el estilo del restaurante. En nuestro caso algo relacionado con una alimentación sana, un nombre que no sea rebuscado, que pueda resultar próximo a comunes o saludables, que no dé la sensación cerrada de local ecológico o vegetariano.

Un nombre válido para cubrir todos estos requisitos puede ser el de bar restaurante Vida sana. Podría haber otros muchos nombres adecuados.

**Busca la COMUNICACIÓN MÁS DIRECTA A TUS CLIENTES
y centra en transmitirles TU VENTAJA COMPETITIVA**

3.4 PREVISIÓN DE VENTAS

3.4.1 Aclaración sobre la previsión de cuentas

En función de todo lo que se ha analizado del mercado (de lo que quieren los clientes de Rochapea y de lo que ofrece la competencia) y de las decisiones que se han tomado (tipo de restaurante, servicios que ofrece, precio...) ahora se debe concretar en una previsión lo que se cree que puede ser razonable vender.

Como ya hemos comentado desde el principio, el objetivo de la guía es servir de pauta para que tú realices tu propio plan, el de tu restaurante concreto. Por eso mismo en este apartado en el que comienzan las cifras no queremos reflejar unas cuentas que se pudieran interpretar como lo que facturará un restaurante nuevo en Rochapea, con el colofón final de cuánto dinero se ganará o perderá. Esta guía no es una respuesta a si tu proyecto es viable o no. Sería imposible, cada proyecto concreto tiene una previsión de viabilidad diferente.

La guía es un apoyo para que tú hagas tu propia investigación, realices tu plan, calcules tus cifras concretas y llegues a la conclusión de si tu proyecto es suficientemente atractivo o no. Por eso mismo en los próximos apartados, donde se concretan los números, en vez de recoger unas cifras que tendrías que interpretar y que no serían aplicables a tu caso, te damos las pautas para que tú mismo lo construyas.

3.4.2 Previsión de ventas

Para la previsión de ventas de un restaurante lo mejor es que partas de los niveles de ocupación previsibles. La referencia más fiable será probablemente la competencia. Mediante la observación en distintos días de la semana, a distintas horas y durante momentos diferentes a lo largo del año, puedes hacerte una idea aproximada del nivel de ocupación que ellos alcanzan.

Lo mejor es que dividas la semana entre semana y fin de semana y el año en temporadas. Un ejemplo podría ser el siguiente:

Temporada	Semanas al año	Días totales	Media de Comensales	Precio	Facturación
Entre semana					
Temporada baja	34	170	8	9,50	12.920,00
Temporada media	12	60	16	9,50	9.120,00
Temporada alta	6	30	25	9,50	7.125,00
Fin de semana					
Temporada baja	34	68	16	13,90	15.123,20
Temporada media	12	24	25	13,90	8.340,00
Temporada alta	6	12	30	13,90	5.004,00
Total	52	364			57.632,20

Insistimos en que esto no es más que un ejemplo. Deberás realizar tu propia previsión de ventas en tu caso concreto.

4 PERSONAL

En este proyecto serían necesarias tres personas. Tú también debes estimar cuánto personal será imprescindible en tu caso y, muy importante, cómo ha de ser éste en cuanto a cualificación y trato y cómo lo vas a encontrar y seleccionar.

En este apartado se deben destacar dos aspectos clave para un negocio de hostelería como el que estás pensando:

1. El personal es determinante en la percepción que el consumidor/a tendrá de tu negocio, tanto porque es quien le sirve como porque es quien prepara los alimentos y, en definitiva, establece el nivel de calidad de lo que estamos ofreciendo. Por esto mismo, es fundamental que cuentes con personal preparado, tanto por su experiencia y conocimiento del sector como (de cara al público) por su capacidad de comunicarse con los clientes y de hacerlos sentirse bien atendidos.
2. En hostelería no es fácil encontrar personal cualificado, con actitudes personales y dispuesto a las condiciones de trabajo del sector. Para su localización puedes contar con el apoyo de la bolsa de trabajo de la Escuela de Hostelería, que te puede ser útil en la primera contratación y, muy importante, en la contratación de personal de forma temporal por la necesidad de cubrir unas fechas de mucha actividad o una posible baja entre el equipo con el que cuentas.

En el anexo (Anexo 4) encontrarás el Convenio colectivo para la Industria de la hostelería de 2001 a 2003 y una lista de direcciones de interés ligadas a este sector (Anexo 5).

5 GASTOS E INVERSIONES

5.1 GASTOS PREVISTOS

En este punto tienes que considerar tanto los gastos propios de cualquier establecimiento con actividad: alquiler del local, personal, energía, seguros, agua, etc. como el gasto específico de compras de materia prima.

Este segundo, en el caso de un restaurante, es de suma importancia, tanto por su cantidad como por lo delicado de su gestión. Conviene que en función de la previsión de ventas realizada calcules igualmente una previsión de compras de materias primas.

Adjuntamos un cuadro con los principales gastos mensuales para que te sirva de referencia a la hora de determinar tus propios gastos.

Gastos generales	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3
	Al mes	Fecha Inicio	Al mes	Al mes
Alquileres				
Reparaciones				
Viajes y transportes				
Seguros				
Servicios bancarios				
Publicidad				
Suministros:				
Agua				
Luz				
Gas				
Teléfono				
Varios:				
Limpieza				
Material oficina				
Otros				
TOTAL				

5.2 PLAN DE INVERSIONES

Este aspecto variará enormemente en función del proyecto concreto del que se trate. Está claro que los dos conceptos fundamentales que pueden darse son la compra del local y su adecuación. Ambos están sujetos totalmente a las características peculiares de tu caso. Se puede dar un amplio abanico de proyectos:

1. Un restaurante que se establezca en un local en alquiler ya habilitado, con lo cual la inversión sería mínima en estos conceptos.
2. Un restaurante en un local nuevo, de compra y con fuertes necesidades de habilitación, lo que conlleva cifras de inversión muy importantes.

En cualquier caso piensa que las inversiones para el arranque de este tipo de negocios suelen ser considerables, tanto en concepto de local como en instalaciones (cocina industrial, cámaras, etc.).

Solicita presupuestos a los proveedores, es importante que detalles bien los conceptos y fijas bien las cantidades. Trabajar un plan de viabilidad con un presupuesto aproximado es muy arriesgado. Las desviaciones son muy habituales y pueden ser muy sustanciales, lo que te podría llevar a una sorpresa y desagradable. Ata bien este punto con los posibles proveedores.

RELACIÓN DE BIENES (TANGIBLES)	NETO	IVA	TOTAL	FECHA inversión
Edificios (compra de local, obras de reforma)				
Instalaciones técnicas				
Maquinaria				
Otras instalaciones				
Mobiliario				
Vehículos				
Equipos Informáticos (ordenador, impresora)				
Existencias				
Otros (especificar cuáles)				
TOTAL INVERSIONES				

RELACIÓN DE BIENES (INTANGIBLES)	NETO	IVA	TOTAL	FECHA
Gastos de Establecimiento (notario, registro)				
Programas informáticos				
Otros intangibles (patentes...)				
TOTAL INVERSIONES				

6 SELECCIÓN DE LA FORMA JURIDICA

Existen distintas formas jurídicas que suponen distinto nivel de responsabilidad y de exigencia en cuanto a formalismos, controles fiscalidad y trámites.

Elegir la adecuada (sociedad irregular, sociedad limitada, sociedad limitada laboral, empresario individual...) dependerá de cada caso concreto (número de socios, importancia de la inversión, nivel de riesgo que se puede asumir, disposición a realizar trabajo administrativo, etc.).

La inversión en los restaurantes es elevada, por lo que generalmente se constituyen empresas con forma regular como es una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

En el cuadro adjunto se resumen las principales características de estas formas jurídicas. Igualmente en los apartados relativos a fiscalidad y a trámites encontrarás las que corresponden a cada una de ellas.

	Empresa Individual	Sociedad Irregular	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Nº de socios/as	1	Mínimo 2 Socios	Mínimo 1 Socio
Responsabilidad	Ilimitada responde con sus bienes, presentes y futuros	Ilimitada: responde con sus bienes, presentes y futuros	Limitada: responde con lo que aporta
Capital	No existe mínimo	No existe mínimo	Mínimo 3.005,06 euros: Dividido en Participaciones Sociales, indivisibles, acumulables Totalmente suscrito y desembolsado.
Obligaciones Contables	- Estimación Objetiva: Libro de Ingresos y Gastos. - Resto: según Plan General de Contabilidad	- Estimación Objetiva: Libro de Ingresos y Gastos. - Resto: según Plan General de Contabilidad.	- Contabilidad según Plan General de Contabilidad.

7 FISCALIDAD

En función del tipo de forma jurídica de la empresa la tributación se hará en base al Impuesto de la Renta de las Personas Físicas, IRPF, o al Impuesto de Sociedades, I.S, lo puedes ver en el siguiente cuadro:

	Empresa Individual	Sociedad Irregular	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Fiscalidad	- IRPF: de 10% a 47%.	- IRPF: de 10% a 53%. - Cada Socio tributa por atribución de rentas.	- Impuesto de Sociedades: • 32,5 % PYMES • 35% Resto.

I. IMPUESTO DE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Existen diferentes modalidades a la hora de tributar en el IRPF que van a depender del volumen de operaciones y de la actividad:

- A. Estimación Directa: volumen de operaciones > 601.012,01 euros
- B. Estimación Directa Simplificada: volumen de operaciones < 601.012,01 euros
- C. Estimación Objetiva: las actividades hosteleras incluidas en este régimen aparecen publicadas anualmente en el Boletín Oficial de Navarra, por lo tanto salvo que se superen los límites fijados en la norma o salvo renuncia un restaurante tributará en esta modalidad de impuesto.

No están obligados a declarar los empresarios/as o profesionales que:

- Obtengan ingresos anuales procedentes de sus actividades inferiores a 15.025,3 euros.
- Sus rendimientos netos sean inferiores a 3.005,06 euros anuales.

La principal diferencia entre estas tres modalidades radica en el cálculo del rendimiento neto, y en las Obligaciones contables y registrales.

CALCULO DEL RENDIMIENTO

- En el Régimen de Estimación Objetiva tributas en función de unos “módulos” establecidos por la Hacienda Foral según la actividad, determinando el rendimiento de la empresa sin tener en cuenta los ingresos y gastos reales que se hayan producido durante el ejercicio.
- En el caso de Estimación Directa o Directa Simplificada, determinarás la cuota a pagar a la Hacienda Foral en base al rendimiento neto, éste se calcula, principalmente por la diferencia entre los ingresos y los gastos reales de la empresa.

	IRPF E. Directa Normal	IRPF E. Directa Simplificada	IRPF E. Objetiva
Obligaciones Contables	Activ. empresariales Libros de: - ventas e ingresos. - compras - cobros y pagos - gastos	Activ. empresariales Libros de: - ventas e ingresos - compras y gastos. - bienes de inversión	Libro de: - ventas e ingresos (en el que será válida la anotación conjunta del total de tales operaciones realizadas en el día) - bienes de inversión (si deduce amortización) Además se debe: - Conservar facturas emitidas, numeradas por orden de fechas y agrupadas por trimestres. - Conservar los justificantes de los módulos, signos o índices aplicados.
	Activ. Profesionales Libros de: - ingresos - gastos - bienes de inversión provisiones de fondos y suplidos	Activ. Profesionales Libros de: - ingresos - gastos - bienes de inversión provisiones de fondos y suplidos	
Obligaciones formales, contables, registrales comunes a las tres modalidades:			
<ul style="list-style-type: none"> - Declaración y Liquidación trimestral de los fraccionamientos a cuenta del I.R.P.F. - Declaración y Liquidación anual del I.R.P.F en el segundo trimestre. - Declaración anual de operaciones mayores de 3.005,06 euros en abril del año siguiente. - Los/as profesionales sufrirán una retención del 15% en su facturación a empresas y profesionales. - Deben conservarse durante 5 años los justificantes de las operaciones, ventas, gastos, ingresos, reducciones y deducciones. 			

II. EL IMPUESTO DE SOCIEDADES - I.S.

Si la forma jurídica elegida es una Sociedad Regular, el cálculo del rendimiento neto y las obligaciones contables y registrales se regirán independientemente de la actividad y del volumen de ingresos en función de lo establecido en la normativa del Impuesto de Sociedades.

El Impuesto de Sociedades grava las rentas obtenidas por la Sociedad, entendidas por tales, los rendimientos de las explotaciones económicas de toda índole, los rendimientos derivados de cualquier elemento patrimonial, así como los incrementos de patrimonio.

CALCULO DEL RENDIMIENTO

Ingresos- Gastos +/- Variaciones de Patrimonio

Al resultado de esta operación habrá que aplicar las reducciones, deducciones y bonificaciones que correspondan.

OBLIGACIONES FORMALES Y REGISTRALES

- Contabilidad según el Plan General de Contabilidad.
- Libro Diario.
- Libro de Inventarios y Balances.
- Cuentas anuales (balance, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria). Anualmente, presentar en el Registro Mercantil antes de los 4 meses siguientes al cierre del ejercicio.
- Libro de Actas.
- Libro Registro de Socios (S.L. y S. Laborales).
- Libro Registro de Acciones Nominativas (S.A.).
- Legalización de los Libros en el Registro Mercantil antes de su utilización.

III. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO IVA

Es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo.

Grava las entregas de bienes y las prestaciones de servicios efectuadas por empresas o profesionales, así como las adquisiciones intracomunitarias de bienes, con independencia de la condición del importador

Existen varios tipos de regímenes en función de la actividad:

1) RÉGIMEN GENERAL

2) REGÍMENES ESPECIALES

- Simplificado
- Agricultura, Ganadería y Pesca
- Bienes Usados, Objetos de Arte, Antigüedades y Objetos de Colección
- Operaciones con oro de inversión
- Agencias de Viaje
- Servicios prestados por vía electrónica
- Comercio Minorista:
 - Recargo de Equivalencia

En este caso, la principal diferencia también radica en el cálculo de la cuota, explicamos las diferencias de los regímenes más usuales:

REGIMEN GENERAL:

Cálculo de la cuota: IVA Devengado – IVA Soportado

Tipos de IVA, en función del tipo de bien:

- General : 16%
- Reducido: 7%
- Superreducido: 4%

Obligaciones formales y registrales

- Conservación de facturas.
- Expedición de facturas con el desglose de IVA y su tipo.
- Presentar declaración – liquidación trimestral y anual
- Libros Registros: facturas emitidas, facturas recibidas y bienes de inversión.

REGIMEN SIMPLIFICADO:

Están sujetas a este régimen las actividades empresariales que cada año publica el Gobierno de Navarra en el Boletín Oficial de Navarra.

Cálculo de la cuota:

La determinación de la cuota se efectúa por la aplicación de unos indicadores objetivos establecidos para cada actividad (personal, m², etc.), no existe por lo tanto relación directa con las transacciones efectivas de la actividad.

Obligaciones contables y registrales

- Presentar declaración – liquidación trimestral y anual.
- Llevar Libro Registro de facturas recibidas.
- Conservar los justificantes de los módulos aplicados.

8 TRÁMITES NECESARIOS

Este capítulo consta de dos apartados:

- 8.1 – Tabla resumen con todos los trámites necesarios para la apertura de un restaurante. En ella se indica para la forma jurídica que son precisos.
- 82 – Detalle de los trámites, recordando para qué forma jurídica es necesario cada uno.

Además en anexo (Anexo 6) encontrarás los carteles de obligada exhibición pública en función de la normativa vigente y otros datos de interés (Anexo 7).

8.1 TABLA GENERAL DE TRÁMITES

Nº	Trámite	plazo	coste			
				e.i	s.i.	s.r.
1	Solicitud certificación negativa denominación social	15 días	10,32			
2	Escritura pública y estatutos	según sociedad	según sociedad			
3	Redacción del contrato de sociedad irregular	1-2 días	0-120 euros			
4	Liquidación del Impuesto de Transmisión Patrimonial y Actos Jurídicos documentados	15 días	1% base Imponible			
5	Solicitud provisional de la tarjeta de identificación fiscal	Inmediato	gratuito			
6	Presentación escritura en Registro Mercantil	inmediato	gratuito			
7	Actualización del Censo de Entidades, concesión del C.I.F./N.I.F.	inmediato	gratuito			
8	Declaración previa al inicio de actividad	Inmediato	gratuito			
9	Licencia de obras y de actividad	15-60 días	5% proyecto + según ayto			
10	Licencia municipal de apertura	1 mes	según proyecto			
11	Carné de manipulador de alimentos	15 días	gratuito			
12	Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.)	inmediato	según actividad			
13	Afiliación del empresario/a al régimen de autónomos de la Seguridad Social	inmediato	gratuito			
14	Inscripción de la empresa en la Seguridad Social	inmediato	gratuito			
15	Afiliación de trabajadores/as al Régimen General de la Seguridad Social	inmediato	gratuito			
16	Declaración de apertura de centro de trabajo	inmediato	gratuito			
17	Comunicación de altas de trabajadores/as	inmediato	gratuito			
18	Sellado de libros oficiales	Inmediato	gratuito			
19	Sellado de contratos de trabajo	inmediato	gratuito			
20	Registro de marca y rótulo comercial	10 y 20 meses	44,50 euros			
e.i. empresario individual				s.i. sociedad irregular		s.r. sociedad regular

8.2 EXPLICACIÓN DE LOS TRÁMITES

A continuación te explicamos cada uno de los trámites que debes realizar para la puesta en marcha de tu restaurante. En función de la forma jurídica que elijas, de si tienes trabajadores contratados o no, etc. tendrás que realizar unos trámites u otros.

Junto a cada trámite hemos adjuntado tres cuadros que te van indicando cuales son los tramites a realizar en función de la forma jurídica que finalmente adoptes. Así, como ejemplo, el primer y segundo trámite solo lo deberán realizar las Sociedades Regulares (s.r.), en cambio el tercer trámite lo realizarán los que se vayan a constituir como Sociedad Irregular (s.i).

8.2.1 Solicitud certificación negativa denominación social

		s.r.
--	--	------

Es un certificado que acredita que no existe ninguna otra sociedad que se dedique a una actividad similar y que ya tenga el nombre que se pretende utilizar para la nueva sociedad.

Lugar:

La certificación la expide el Registro Mercantil Central de Madrid. Esta puede solicitarse por correo, mensajería o medios telemáticos (correo electrónico desde la página web del Registro Mercantil Central: www.rmc.es).

Documentación y trámites:

Existe un impreso oficial normalizado.

En cada solicitud se pueden incluir tres posibles nombres para la sociedad, por orden de preferencia. En caso de que el nombre que figura en primer lugar ya esté siendo utilizado se comprobará el segundo y así sucesivamente.

Plazo medio de concesión: 15 días.

Tasa/cuota: 10,32 euros.

Datos de Contacto:

Registro Mercantil Central
C/ Príncipe de Vergara nº 94, 28071 Madrid
Tfno.: 91 5631252

8.2.2 Escritura pública y estatutos

		s.r.
--	--	------

Las sociedades mercantiles deben constituirse ante notario a través de escritura pública. En este acto, los socios fundadores (directamente o a través de sus representantes legales o apoderados/as) proceden a la firma de la escritura de constitución de sociedad.

Lugar: notaría elegida.

Documentación y trámites:

Para la realización de la escritura pública es necesario presentar al notario:

- Certificación Negativa de Denominación (nombre).
- Certificado de apertura de cuenta en entidad bancaria del capital mínimo a desembolsar según ley en el momento de constitución de la sociedad.
- Proyecto de Estatutos por los que se regirá la sociedad.

Plazo: en función de la sociedad.

Tasa/cuota: en función de la sociedad.

8.2.3 Redacción del Contrato de Sociedad Irregular

	s.i.	
--	------	--

Redacción de los estatutos que van a regir la sociedad, % de participaciones de cada una de las personas firmantes del contrato, reparto de beneficios etc. Es un documento que puedes complementar con la ayuda de tu asesor/a jurídico/a. Hacer un contrato estándar es relativamente sencillo, los gabinetes tienen ya su modelo preparado.

Lugar: opcional gabinete jurídico

Plazo: 1 o 2 días

Tasa/cuota: 0-120,20 euros

8.2.4 Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos jurídicos Documentados (ITPYAJD)

	s.i.	sr.
--	------	-----

Lugar: Departamento de Hacienda

Plazo: dos meses a partir del otorgamiento de la escritura de constitución.

Plazo de resolución: 15 días.

Documentación y trámites: Impreso correspondiente y primera copia y copia simple de la escritura de constitución.

Tasa/cuota: 1% de la base imponible. La base imponible depende de la responsabilidad asumida por los socios/as; en la responsabilidad limitada el importe nominal y primas de emisión exigidas, en el resto el valor real de los bienes puestos en común.

8.2.5 Solicitud provisional de la tarjeta de Identificación fiscal

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Su solicitud puede ser simultánea a la liquidación del ITPYAJD.

Lugar: Departamento de Hacienda

Plazo: Inmediato.

Tasa/cuota: gratuito

8.2.6 Presentación de escritura en Registro Mercantil.

		sr.
--	--	-----

Requisito imprescindible para dar nacimiento a una sociedad mercantil, para que tenga plena capacidad jurídica.

Lugar: Registro Mercantil de la provincia en que se encuentre domiciliada la sociedad.

Documentación y trámites:

- Formulario de inscripción.
- Escritura de constitución de sociedad previamente diligenciada en Hacienda tras el pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- CIF provisional.
- Justificante de ingreso en entidad bancaria de las tasas para la publicación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil.

Plazo: Inmediato.

Tasa/cuota: Variable en función del capital social y de los miembros del consejo de administración.

8.2.7 Actualización del Censo de Entidades, Concesión del C.I.F./N.I.F.

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Al tramitar el CIF (8.2.5), se actualiza simultáneamente el Censo de Entidades. Se tramita al mismo tiempo que el pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPYAJD-8.2.4).

Lugar de solicitud: Departamento de Economía y Hacienda del Gobierno de Navarra.

Documentación y trámites:

Si es un Empresario o Empresaria Individual:

En principio toda persona tiene su NIF. En caso contrario se solicita presentando el DNI.

Si es una Sociedad Irregular:

Contrato de sociedad: original y dos copias. Se consigue el número de CIF provisional (8.2.5).

- En el mismo momento se obtiene el impreso de autoliquidación del ITPYAJD (8.2.4), si los socios aportan bienes o dinero en metálico. Importe impuesto: 1% de la aportación de los socios.
- Tras pagar la autoliquidación en entidad bancaria, se entrega el justificante en Hacienda y se recibe la escritura original sellada y el CIF definitivo (8.2.7).

Si es una Sociedad Regular:

- Escritura de Constitución original, copia simple y fotocopia. Se consigue el CIF provisional (8.2.5).
- Se cumplimenta el impreso de autoliquidación del ITPYAJD (8.2.4), indicando el CIF provisional.
- Pago del ITPYAJD en entidad bancaria. Importe impuesto: 1% del capital social.
- Entrega del justificante de pago en Hacienda y recogida de la escritura sellada y del CIF definitivo (8.2.7).

Plazo: se puede realizar en el mismo día. Posible realizar el trámite en un plazo de dos meses desde la fecha del contrato de constitución.

Tasa/cuota: gratuito.

8.2.8 Declaración previa al inicio de actividad

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Documentación y trámites: fotocopia del DNI o CIF y alta en el IAE.

Lugar: Departamento de Hacienda.

Plazo: inmediato.

Tasa/cuota: gratuito.

8.2.9 Licencia de actividad clasificada y licencia de obras

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

En el caso de las licencias de obras en actividades clasificadas, se puede solicitar la licencia de obras al mismo tiempo que la de actividad y de ese modo se acortan los plazos de tramitación, incluso se puede realizar la solicitud utilizando un único documento.

La licencia de actividad la deben solicitar aquellas actividades “clasificadas” aquellas que la ley considera que pueden ocasionar molestias, alterar las condiciones de salubridad, causar daños al medio ambiente o producir riesgos para las personas o bienes.

Hay dos tipos de licencias de obras:

1. Licencia de Obras Abreviada (obras menores y que no afecten a las condiciones de apertura de los locales (sanitarios e incendios). También recibe este nombre la licencia para rótulos
2. Licencia de Obras Normal (Actividades clasificadas e inocuas)

El proceso en ambos casos no es el mismo, en el caso de la abreviada únicamente hay un informe y no hay resolución para cada licencia. Se envían juntas las de los últimos quince días. No hay notificación pero el administrado sabe que en tres días aproximadamente pueden ir a recogerlas previo pago de las tasas. Igualmente varía la documentación que hay que aportar en uno y en otro caso. Por otro lado, el estudio del proyecto es mucho más sencillo en el primer caso, e igualmente, los problemas que suelen surgir con las especificaciones del proyecto son menores.

El proceso en el caso de la licencia normal consiste en cumplimentar la solicitud de concesión de licencia que junto con el resto de documentación que indican los impresos es estudiada por los distintos servicios dentro del Ayuntamiento. Después de un periodo que varía mucho de unos

proyectos a otros se le envía por correo certificado al interesado la correspondiente licencia de obras.

No se pueden comenzar las obras sin retirar la licencia y pagar los impuestos y tasas que marcan las ordenanzas en cada caso.

Lugar de Solicitud

Ayuntamiento de Pamplona, departamento de planeamiento.

Documentación y trámites

Licencia Abreviada de Obras

1. Impreso de solicitud de Licencia.
2. Memoria de las obras a realizar (un proyecto).
3. Presupuesto desglosado.
4. Planos del estado actual (Planta, sección y alzado).
5. Planos de reforma (Planta, sección y alzado).

Licencia de rótulos

1. Impreso de la licencia de obras abreviada.
2. Descripción de cómo va a ser el rótulo y una fotografía o dibujo.

Licencia Normal

- a) *Actividades Inocuas (que no hacen daño)*
 1. Impreso de solicitud de la Licencia.
 2. Proyecto técnico (4 copias).
 3. Proyecto de Ejecución (4 copias).
- b) *Actividades Clasificadas (aquellas susceptibles de ocasionar molestias, alterar las condiciones de salubridad, causar daños al medio ambiente o producir riesgos para las personas o bienes)*
 1. Proyecto técnico de las obras a realizar (7 ejemplares en el caso de ser Industrias potencialmente contaminadoras, o de superficie superior a 2.000 metros cuadrados o en la construcción de viviendas libres. En el caso del resto de actividades clasificadas son suficientes 4 ejemplares).
 2. Justificante de contratación de director de obra titulado.

Plazos

La ley indica que las licencias se entienden otorgadas por silencio administrativo positivo en el plazo de dos meses, menos en los casos en los que la legislación vigente disponga otra cosa.

Tiempo medio

El tiempo medio para la tramitación varía según si el expediente tiene que enviarse al Gobierno de Navarra o si se realiza el estudio íntegramente en el Ayuntamiento. En ambos casos, la velocidad de los administrados en subsanar los errores del proyecto en el caso de que éstos se produzcan, es la que determina el plazo de resolución de los expedientes. Como media muy general, se puede decir que en el caso de los que son tramitados totalmente en el Ayuntamiento se prolonga durante dos meses, y cuando tiene que remitirse a Medio Ambiente el tiempo indicado para la concesión de la Licencia es de dos meses y medio.

En el caso de la Licencia de Obras menores, en las que el procedimiento es mucho más abreviado el tiempo medio de resolución puede ser de alrededor de tres días.

La licencia de rótulos se resuelven a los 8 días y no te lo notifican.

Requisitos previos

Ninguno

Normativa

1. Ley Foral 10/94 de 4 de julio, de Ordenación del territorio y urbanismo
2. Real Decreto 2187/1978 de 23 de junio, Reglamento de disciplina urbanística
3. Ley 7/1985 de 2 de abril, Regulación de las Bases del Régimen Local
4. Ley Foral 6/90 de 2 de julio de Administración Local de Navarra
5. Ordenanzas municipales 1 y 9 de 2002.

Tasa/cuota: Como sujeto pasivo del ICYO, 4,3% sobre el coste efectivo y real de la obra. Ordenanza nº 1. Adicionalmente habrá que pagar en las obras menores una tasa de 99,55 € y si fueran mayores, una tasa del 0,62 % del coste del proyecto. La licencia de actividad y la revisión de la actividad tiene un coste en 2002 de 1.205,60 €.

Forma: El Ayuntamiento liquida en base al proyecto y entrega la liquidación al mismo tiempo que la Licencia de Obras. Posteriormente, en el momento de finalización de las obras se regulariza definitivamente la Tasa y el Impuesto (ICYO).

8.2.10 Licencia Municipal de apertura

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Una vez realizadas las obras, se solicita la Licencia Municipal de Apertura. En este trámite, el Ayuntamiento comprueba, a través de un técnico, que el local cumple los requisitos mencionados en las concesiones de licencias de actividad y licencia de obras.

En teoría no se puede iniciar la actividad hasta que se concede la licencia de apertura, no obstante, en razón de motivos económicos (explotar desde el primer momento las inversiones realizadas), el Ayuntamiento deja provisionalmente que se inicie la actividad.

Lugar de solicitud: Hay que presentar la solicitud correspondiente en el Ayuntamiento.

Documentación y trámites:

Se pueden contemplar dos casos:

- Traspaso de Licencias de Apertura:
 - Solicitud de traspaso de apertura.
 - Plano de ubicación.
 - Plano del local.
 - Justificante del contrato de traspaso del negocio (impreso).
 - Declaración de tasas de traspaso (impreso).
 - Certificado de fin de obra con el coste real de las obras (si se han realizado obras) y copia de la licencia de obras.

- Solicitud de Licencia de Apertura:
 - Solicitud de Licencia de Apertura.
 - Plano de ubicación.
 - Plano del local con medidas contra incendios.
 - Memoria general (hay modelo de memoria).
 - Fotocopia de la licencia de obras.
 - Fotocopia del recibo de tasas para la licencia de obras.
 - Declaración de superficie para las tasas de apertura (impreso).
 - Certificado de fin de obra con el costo real de las obras.
 - Certificado de fin de obra de instalación de protección de incendios.
 - Si es una sociedad, fotocopia de la portada de las escrituras de constitución.
 - Autorizaciones de otros organismos.

Plazos:

En el caso de traspaso de licencias entre dos titulares, la nueva licencia la puede tener el nuevo titular en el plazo de una semana.

La licencia de apertura en el caso de actividades clasificadas supone un tiempo mínimo de tres semanas que se puede ver incrementado si se tienen que realizar muchas modificaciones en las instalaciones tras realizar las inspecciones.

Requisitos previos

- Alta en el IAE
- Escritura de constitución
- Solicitud del CIF

Tasa/cuota: Licencia de apertura y modificación de la licencia de apertura: 642,85 euros en actividades clasificadas y 501,55 en actividades inocuas.

Forma: Las tasas deben liquidarse en el Ayuntamiento como requisito previo a retirar la licencia.

8.2.11 Carné de Manipulador de Alimentos

e.i. s.i. sr.

Válido exclusivamente para los servicios concretos que realicen manipulación de los alimentos.

Lugar de Solicitud

Gobierno de Navarra, Departamento de Salud, Salud Alimentaria (C/ Leyre).
Tfno.: 948 423517

Documentación y Trámites

Asistir a una charla de Salud Alimentaria, tras la cual se realiza un test. Se remite por correo el carné de manipulador/a de alimentos a las personas que superan el examen. Si no se aprueba se puede o bien realizar de nuevo el examen o mantener una entrevista personal.

Se debe presentar instancia general y carné de identidad.

Plazo: El plazo medio desde la presentación de solicitud y realización del examen hasta el envío del carné es de 15 días.

Normativa aplicable

- D.F. 113/1987 de 15 de mayo sobre manipuladores de alimentos (BON nº65 25/5/87).
- Real Decreto 2505/1983 de 4 de agosto. Alimentos, reglamento de manipuladores (BOE nº 225 20/9/83).

8.2.12 Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E)

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Es un impuesto que grava el simple ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.

Lugar de Solicitud: Ayuntamiento de Pamplona. Catastro (C/Mercado nº 11).

Documentación y trámites:

Se aportan los datos de la empresa: nombre, domicilio, descripción de la actividad a desarrollar, identificación del local en el que se va a desarrollar la actividad, siendo dada de alta la empresa en el mismo momento en el I.A.E.

Antes de solicitar el alta en el I.A.E. hay que solicitar el N.I.F / C.I.F.

8.2.13 Afiliación del Empresario a Autónomos de la S.S.

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

Todo y toda empresaria que vaya a realizar una actividad económica (ya sea individualmente o asociado/a con otros/as) con participación mayoritaria en la empresa debe inscribirse en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (R.E.T.A.) de la Seguridad Social y a partir de ese momento cotizar mensualmente en función de la base que él mismo determine.

Esta cotización le permite tener cubierta la asistencia sanitaria y la jubilación, pudiendo optarse por tener cobertura de la incapacidad transitoria, pero únicamente a partir del día 16 de baja.

Lugar de Solicitud: Tesorería General de la Seguridad Social (Avda. Conde Oliveto, 7).

Documentación y Trámites:

Hay que presentar la siguiente documentación:

- Parte de alta de cotización (modelo TA-2/TA).
- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- D.N.I.
- Solicitud de cobertura de Incapacidad Temporal en el caso de que se quiera (modelo T-15).
- En el caso de que colaboren familiares con el o la autónoma, parte de alta de cotización (modelo TA-2/TA).

Plazo: El alta se produce en el momento.

8.2.14 Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

e.i. s.i. sr.

Hay que realizar este trámite cuando la empresa va a contratar algún trabajador o trabajadora. Con este trámite se le asigna un número de identificación perpetuo a la empresa.

Lugar de Solicitud: Tesorería General de la Seguridad Social (Avda. Conde Oliveto, 7).

Documentación y Trámites:

Hay que presentar la siguiente documentación:

- Impreso de Inscripción de Empresas (modelo TA.6).
- Contrato de Sociedad en el que conste nombre, apellidos, domicilio y DNI de cada uno de los socios y socias.
- C.I.F.
- Documento de autorización a la persona que realiza la solicitud.
- Alta en el I.A.E.

La inscripción se realiza en el momento.

8.2.15 Afiliación trabajadores al Régimen General de la S.S.

e.i. s.i. sr.

Hay que realizarla para los trabajadores y trabajadoras de la empresa que no estén afiliados previamente a la Seguridad Social.

Lugar de Solicitud: Tesorería General de la Seguridad Social (Avda. Conde Oliveto, 7).

Documentación y Trámites

Se realiza para cada trabajador/a. Sólo es necesario realizarlo si el trabajador o trabajadora no ha sido afiliada nunca a la Seguridad Social.

Hay que presentar:

- Impreso de Afiliación (TA-1).
- DNI del trabajador.

8.2.16 Declaración de Apertura de Centro de Trabajo

e.i. s.i. sr.

El trámite lo tiene que realizar toda empresa, que contrate trabajadores, independientemente de su forma jurídica. El objetivo es comunicar la ubicación del centro de trabajo para posibles inspecciones.

Lugar de Solicitud: Gobierno de Navarra. Dpto. Industria, Comercio, Turismo y Trabajo. Servicio de Trabajo (C/Blas de la Serna, 1).

Documentación y Trámites:

- Cumplimentar un impreso que se facilita en el Servicio de Trabajo y que se recibe sellado.
- Presentar el Proyecto Técnico y Memoria descriptiva de la actividad, ya que se trata de una actividad clasificada.

Debe comunicarse antes de que se realice la apertura del centro de trabajo.

Plazo: El trámite queda realizado en el momento.

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

8.2.17 Comunicación de Altas de Trabajadores

Cuando se va a contratar a un trabajador o trabajadora, hay que darle de alta en la Seguridad Social. Se comunica su alta a la Seguridad Social, debiendo cotizar la empresa por el o la trabajadora a partir de dicha fecha de alta. El alta surte efecto a partir de la fecha de su notificación, en ningún caso puede tener carácter retroactivo.

Lugar de Solicitud: Tesorería General de la Seguridad Social (Avda. Conde Oliveto, 7).

Documentación y Trámites

Hay que cumplimentar el impreso TA-2, que debe ser firmado por empresario y trabajador.

Lugar de Solicitud: inmediato.

e.i.	s.i.	sr.
------	------	-----

8.2.18 Sellado de Libros Oficiales

1. El libro de visitas tiene como misión servir de soporte para recoger las visitas e inspecciones que la autoridad laboral realice en la empresa.
2. El libro de actas y libro de participaciones sociales son necesarios exclusivamente para sociedades regulares y se han de presentar en el Registro Mercantil.

Solicitud

Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Sellado de Libros (Monasterio de Cilveti, 4).

Documentación y Trámites

- Compra del libro de Visitas en la Tesorería General de la Seguridad Social o en librerías.
- Sellado en la Dirección Provincial.

El trámite se realiza en el momento.

Simultáneamente se puede realizar el alta en la Seguridad Social en RETA o Inscripción de la empresa en la Seguridad Social, la Afiliación y Alta de los/as Trabajadores.

Después del sellado de libros (8.2.18) y alta de los trabajadores (8.2.15-8.2.17) se puede realizar la declaración de Apertura del Centro de Trabajo (8.2.16).

8.2.19 Sellado de Contratos de Trabajo e.i. s.i. sr.

Una vez firmado el contrato por empresa y trabajador/a, hay que entregar todas las copias para su sellado en la Oficina de Empleo.

Lugar de Solicitud: Oficina de Empleo (C/Errotazar, 9).

Documentación y Trámites

Presentar 3 copias más copia básica, indicando si la empresa tiene o no representante sindical.

Evidentemente, previamente es necesario que la empresa esté inscrita en la Seguridad Social, dada de alta en el I.A.E, que tenga CIF y que el trabajador esté afiliado y comunicado su alta a la Seguridad Social.

Plazo: el plazo para el sellado de los contratos de trabajo es de diez días desde la fecha de inicio o desde la fecha de la firma del contrato si ésta es anterior.

8.2.20 Registro de marca y rótulo comercial e.i. s.i. sr.

Lugar de Solicitud:

Departamento de Industria del Gobierno de Navarra, en el parque Tomás Caballero (edificios inteligentes).

Documentación y Trámites:

Lo mejor es que te informes previamente y prepares los papeles a través de la web de la Oficina Española de Patentes y Marcas, en la dirección www.oepm.es. Está todo muy bien explicado y puedes bajarte todos los formularios.

Los pasos básicamente son:

1. Bajarte los impresos de la web o solicitarlos en Industria.
2. Rellenarlos con los datos de la empresa.
3. Preparar una fotocopia del alta en el IAE
4. Imprimir en papel couché 12 copias en blanco y negro de la imagen a reflejar en el rótulo.
5. Pagar una tasa de 44,50 euros en La Caixa (existe sucursal en los propios Edificios Inteligentes).
6. Entregar toda la documentación en el Departamento de Industria.

Plazos: la tramitación completa del Registro dura entre 10 y 20 meses.