



## 1. )Introducción

En los últimos años, hemos observado un creciente interés por parte de la sociedad en llevar un estilo de vida más saludable y sostenible. La gente

busca cada vez más alternativas a los productos convencionales, motivada por la preocupación por el bienestar personal y el impacto ambiental. Este cambio de paradigma ha impulsado la demanda de soluciones naturales y efectivas para el cuidado de la salud.

En este contexto, hemos decidido dar vida a nuestra idea: FarmaNature una farmacia que va más allá de lo convencional. Nuestra propuesta nace de la necesidad de ofrecer a la comunidad productos de salud y bienestar basados en la naturaleza, así como el conocimiento que empodera a las personas a tomar decisiones informadas sobre su salud.

En **FarmaNature**, nos comprometemos a proporcionar una amplia gama de productos naturales y orgánicos, desde suplementos hasta cosmética ecológica, siempre priorizando la calidad y la sostenibilidad. Además, ofrecemos talleres y consultas personalizadas para educar y acompañar a nuestros clientes en su viaje hacia una vida más saludable.

Nuestro objetivo es crear un espacio acogedor y accesible donde cada persona pueda descubrir y disfrutar de los beneficios de lo natural. Creemos firmemente que, al combinar el conocimiento tradicional con la ciencia moderna, podemos ayudar a transformar la manera en que las personas cuidan de su salud.

Con esta visión, estamos emocionados de presentar **FarmaNature** y esperamos convertirnos en un referente en el bienestar natural en nuestra comunidad.

## 2.) Idea de negocio

Farmanature es una farmacia especializada en la venta de productos naturales farmacéuticos, tales como suplementos dietéticos, hierbas medicinales, aceites esenciales, productos cosméticos naturales y otros remedios basados en la naturaleza. La empresa se dedica a ofrecer soluciones naturales para mejorar el bienestar de los clientes, con asesoramiento experto sobre el uso de estos productos.

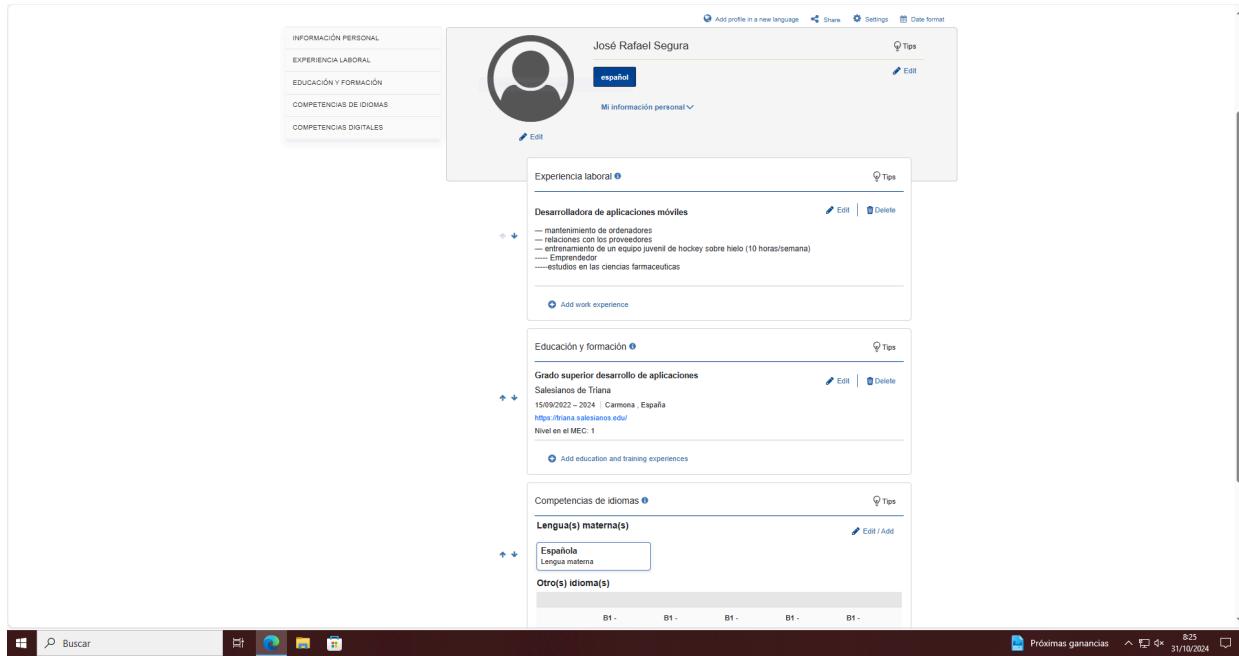
Este negocio se enfoca en la creciente demanda de alternativas naturales para la salud y el cuidado personal. Aunque existen otros negocios similares en la zona, Farmanature se diferenciará por su selección rigurosa de productos de alta calidad, su compromiso con la sostenibilidad y el bienestar integral, y su capacidad para ofrecer productos exclusivos que no están disponibles en otros establecimientos, como suplementos de plantas raras y cosméticos orgánicos de pequeñas marcas locales. Además, Farmanature ofrecerá un servicio personalizado, con asesoramiento para ayudar a los clientes a elegir los productos más adecuados para sus necesidades.

El objetivo principal de Farmanature es convertirse en un referente en el sector de productos naturales, proporcionando soluciones de salud y bienestar con un enfoque responsable y respetuoso con el medio ambiente. La empresa busca expandir su presencia, tanto a través de ventas en línea como con la posible apertura de más sucursales en el futuro.

El volumen total de la inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio se estima en alrededor de 30,000 a 50,000 euros, dependiendo de factores como el alquiler o compra del local, el inventario inicial, el personal, y las inversiones en marketing y licencias.

El nombre elegido para la empresa es **Farmanature**, que refleja claramente su misión de ofrecer productos naturales y farmacéuticos para mejorar la salud y el bienestar de sus clientes.

### 3.) Identificación del promotor



The screenshot shows a LinkedIn profile for José Rafael Segura. The profile includes:

- INFORMACIÓN PERSONAL:** Includes a placeholder profile picture and a language setting for "español".
- EXPERIENCIA LABORAL:** Lists "Desarrolladora de aplicaciones móviles" with bullet points: "mantenimiento de ordenadores", "relaciones con los proveedores", "entrenamiento de un equipo juvenil de hockey sobre hielo (10 horas/semana)", and "Emprendedor".
- EDUCACIÓN Y FORMACIÓN:** Lists "Grado superior desarrollo de aplicaciones" from Salesianos de Triana, with address "15099/2022 - 2624, Carmona, España" and website "https://triana.salesianos.edu". It also mentions "Nivel en el MEC: 1".
- COMPETENCIAS DE IDIOMAS:** Shows "Lengua(s) materna(s)" with "Española" checked and "Lengua materna". Below it, "Otro(s) idioma(s)" has a progress bar showing levels B1- for Spanish, English, French, German, and Italian.

[www.linkedin.com/in/josé-rafael-segura-rodríguez-2b7567230](https://www.linkedin.com/in/josé-rafael-segura-rodríguez-2b7567230)

### 4.) Localización

Nuestra empresa se ubicará en la calle Lamarque de Novoa, en este local [Alquiler de Local en calle Lamarque de Novoa, 15, Cruz Roja - Capuchinos, Sevilla – idealista](#) porque se encuentra entre barrios obreros como puede ser la macarena la barzola, calle arroyo, pio 12 entre otros, una zona dónde ponerse malo es natural por que por ejemplo san jose obrero es una barriada muy envejecida y la parte de la barzola o pio XII es una barriada más multiculturales dónde las sociedades pueden estar más abierto a una maneras diferentes de medicarse.[Alquiler de Local en calle Lamarque de Novoa, 15, Cruz Roja - Capuchinos, Sevilla –](#)

[idealista](#)

This image shows a real estate listing for a building. It includes:

- Satellite View:** An aerial photograph showing the building's footprint and surrounding area.
- Street View:** A photograph of the building's exterior, featuring an orange car parked in front.
- Floor Plan:** A detailed architectural drawing of the building's interior layout. The plan shows various rooms and their dimensions, including:
  - DISPACHOS: 14.11 m<sup>2</sup>
  - ATRACÓN: 8.55 m<sup>2</sup>
  - ACCESO: 40.55 m<sup>2</sup>
  - ZONA DE ALMACÉN I: 104.48 m<sup>2</sup>
  - ZONA DE ALMACÉN 2: 29.81 m<sup>2</sup>
  - ADMINISTR.: 1.66 m<sup>2</sup>
  - ASO 1: 2.09 m<sup>2</sup>
  - ASO 2: 7.62 m<sup>2</sup>
  - HALL: 7.62 m<sup>2</sup>The total super. úl. is 384.11 m<sup>2</sup>.
- Location Map:** A map of the area showing the building's location relative to other landmarks and streets.

## Características básicas

400 m<sup>2</sup> construidos, 370 m<sup>2</sup> útiles

1 planta

## Segunda mano/buen estado

## Distribución diáfana

2 aseos o baños

Situado a pie de calle

## Hace esquina

## 1 escaparates

Construido en 1985

## Actividad comercial: Almacén

Edificio

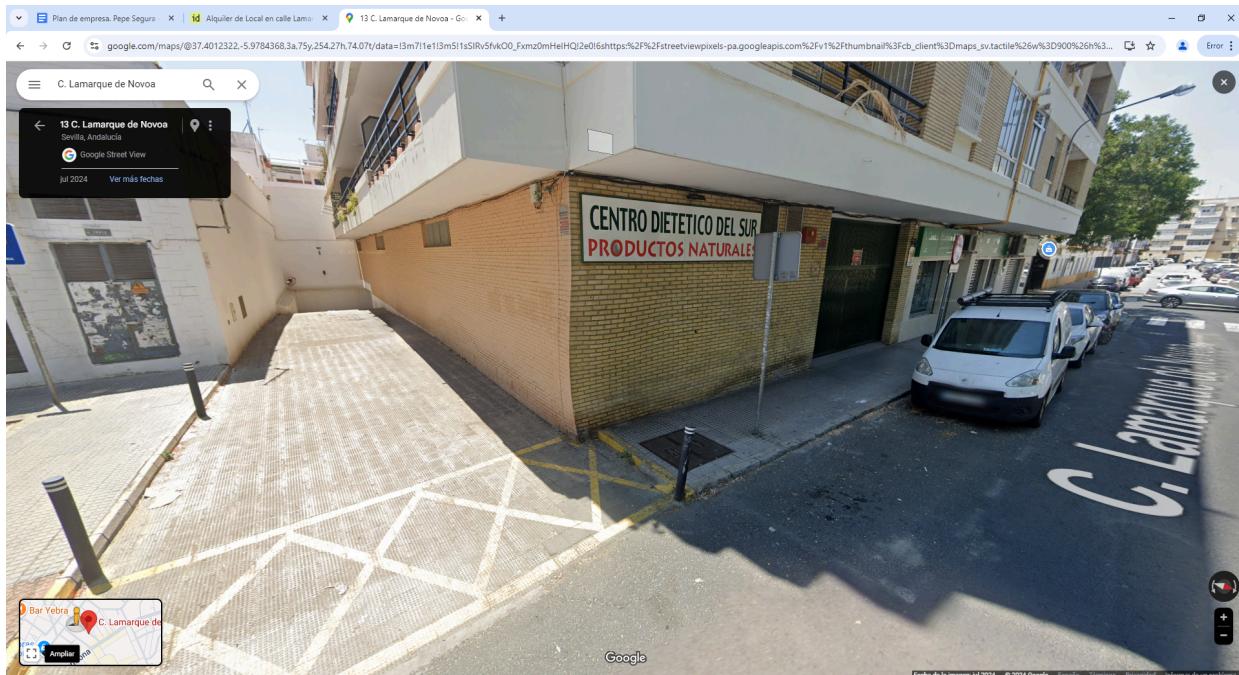
Bajo

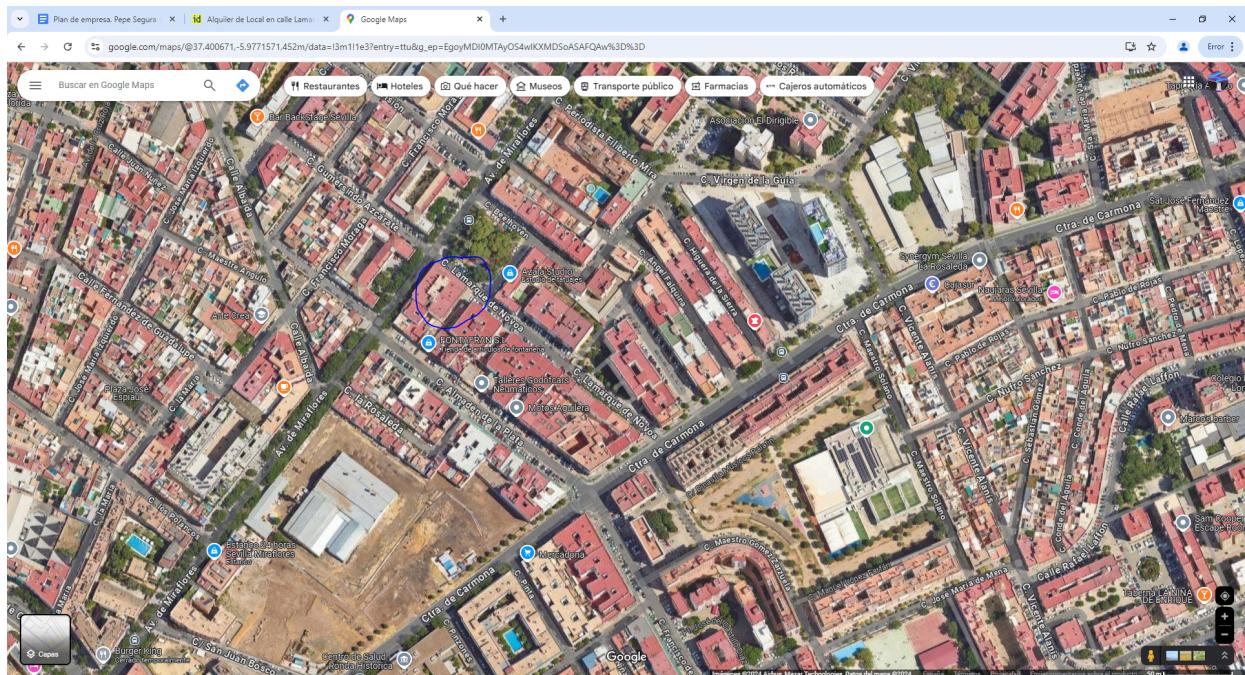
Fachada de 24 m. lineales

Equipamiento

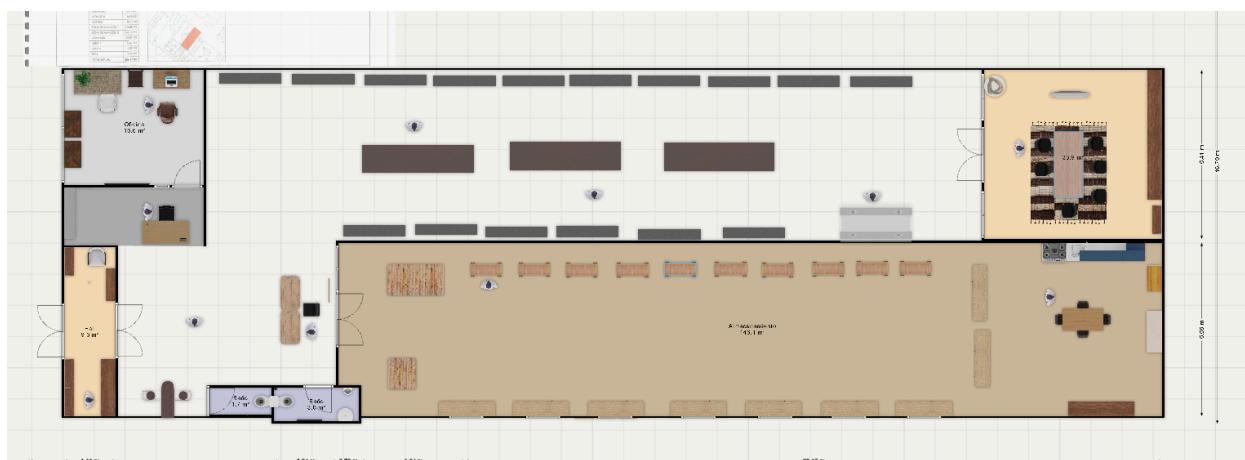
Almacén/archivo

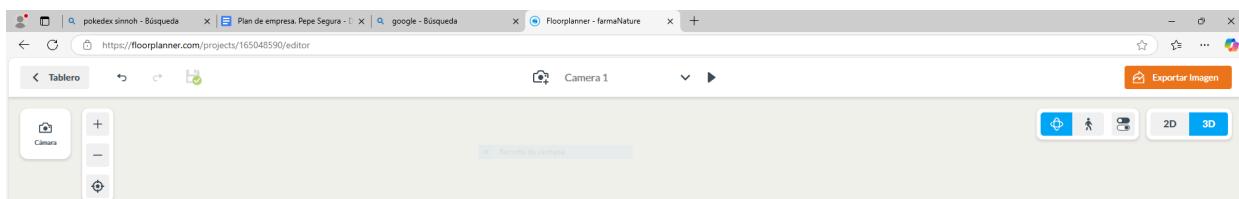
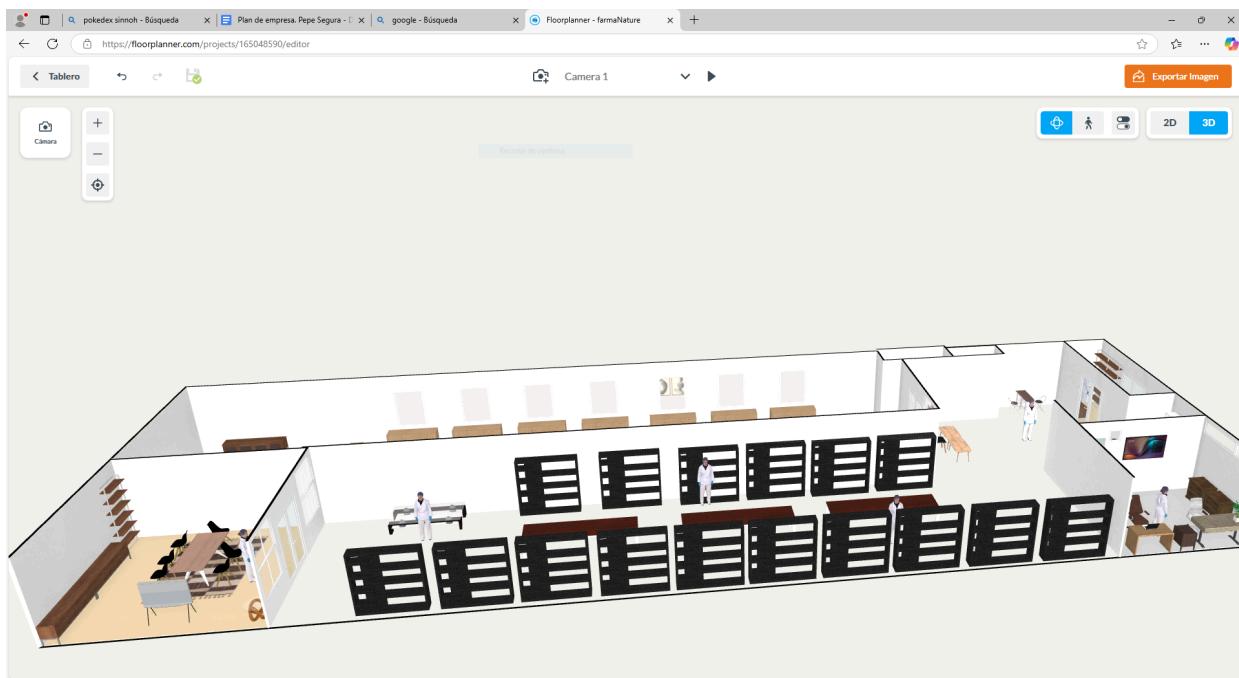






## FLOORPLANNER







## 5) Producto ofrecido

Tipo de producto

### 1. Según sus características:

- **Bienes:** Serían los productos tangibles que se almacenan y se venden, como hierbas medicinales, aceites esenciales, suplementos de origen natural, cremas o pomadas naturales, entre otros.
- **Servicios:** Podrías ofrecer servicios adicionales, como consultas o asesorías sobre el uso adecuado de productos naturales, orientación en terapias alternativas, o incluso talleres sobre temas de salud natural y bienestar.

### 2. Según su finalidad:

- **Productos de consumo:**
  - **Duraderos:** Productos naturales que pueden tener una vida útil prolongada y que no se consumen

inmediatamente, como difusores de aceites esenciales, envases de vidrio reutilizables, o equipos para preparar infusiones.

- **Fungibles:** Productos de consumo directo que se agotan rápidamente con el uso, como tés e infusiones, complementos alimenticios naturales, o productos de higiene personal de origen natural.

- **Productos industriales:**

- **Materias primas:** Podrías vender materias primas para quienes deseen hacer sus propios remedios naturales, como hojas de plantas medicinales secas, raíces, aceites sin procesar, etc.
- **Componentes:** Si en tu farmacia preparas productos personalizados, podrías tener componentes como extractos naturales o ingredientes específicos que combinen para formar productos finales.

Nuestra farmacia se centrará básicamente en la venta de productos naturales para aliviar el dolor y/o el malestar, también en menor medida se ofrecerán servicios como asesorías o charlas sobre el consumo de estos productos naturales o sobre su producción

## Productos

**Definición:** En nuestra tienda/farmacia , los productos son artículos elaborados con ingredientes naturales y destinados a apoyar la salud y el bienestar. Estos incluyen suplementos, hierbas medicinales, aceites esenciales, productos de higiene personal, y otros remedios derivados de plantas y minerales.

## Características:

- **Origen Natural:** Compuestos principalmente por ingredientes de origen vegetal o mineral, sin químicos sintéticos ni aditivos artificiales.

- **Función Preventiva y Terapéutica:** Diseñados para aliviar síntomas específicos, mejorar el bienestar general, o complementar el tratamiento de condiciones de salud.
- **Diferentes Presentaciones:** Disponibles en formas como cápsulas, extractos líquidos, cremas, y aceites, adaptándose a las necesidades y preferencias del cliente.

## Servicios

**Definición:** Los servicios incluyen asesoría y educación en el uso de productos naturales, así como consultas especializadas en salud alternativa. Estos servicios buscan guiar a los clientes en el uso adecuado y seguro de productos naturales para mejorar su salud y bienestar.

## Características:

- **Orientación Personalizada:** Los clientes reciben recomendaciones basadas en sus necesidades específicas, ayudándoles a elegir los productos y tratamientos naturales más adecuados.
- **Enfoque Holístico:** Los servicios suelen considerar todos los aspectos del bienestar del cliente, incluyendo salud física, mental y emocional.
- **Actividades Educativas:** Ofrecen talleres y consultas que educan sobre el uso de productos naturales, el autocuidado y el mantenimiento de una vida saludable de manera natural.

## LISTADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

### Productos

#### 1. Suplementos de origen natural

- **Multivitamínico herbal** – 14 € (frasco con 60 cápsulas)
- **Cápsulas de cúrcuma** – 11 € (frasco con 60 cápsulas)
- **Aceite de pescado natural (omega-3)** – 17 € (frasco con 60 cápsulas)

## **2. Hierbas medicinales y tés**

- **Té de manzanilla** – 5 € (paquete de 20 bolsas)
- **Raíz de valeriana** – 7 € (paquete de 100g)
- **Té de jengibre y limón** – 5,50 € (paquete de 20 bolsas)

## **3. Aceites esenciales**

- **Aceite esencial de lavanda** – 9 € (frasco de 15ml)
- **Aceite esencial de eucalipto** – 7 € (frasco de 15ml)
- **Aceite esencial de menta** – 8 € (frasco de 15ml)

## **4. Productos de higiene personal naturales**

- **Jabón natural de avena y miel** – 3,50 € (barra de 100g)
- **Champú sólido de romero y menta** – 9 € (barra de 85g)
- **Desodorante natural en barra (sin aluminio)** – 6,50 € (barra de 75g)

## **5. Cremas y pomadas naturales**

- **Pomada de árnica** – 7,50 € (frasco de 50g)
- **Crema de caléndula para piel sensible** – 11 € (frasco de 100g)
- **Bálsamo de mentol para dolores musculares** – 8,50 € (frasco de 50g)

## **6. Materias primas y kits DIY**

- **Kit para hacer bálsamo labial** – 14 € (incluye cera de abejas, aceites y frascos pequeños)
- **Arcilla verde para mascarillas** – 5,50 € (paquete de 200g)
- **Aceite de coco orgánico** – 9 € (frasco de 200ml)

---

## **Servicios**

### **1. Asesoría en productos naturales**

- **Precio:** 9 € por sesión (15 minutos)
- **Descripción:** Orientación personalizada sobre el uso adecuado de productos naturales según las necesidades de cada cliente.

### **2. Consulta de salud natural**

- **Precio:** 28 € por sesión (45 minutos)

- **Descripción:** Consulta individual con un especialista en medicina natural para recomendaciones de salud y tratamientos alternativos.

### 3. Talleres de bienestar y salud natural

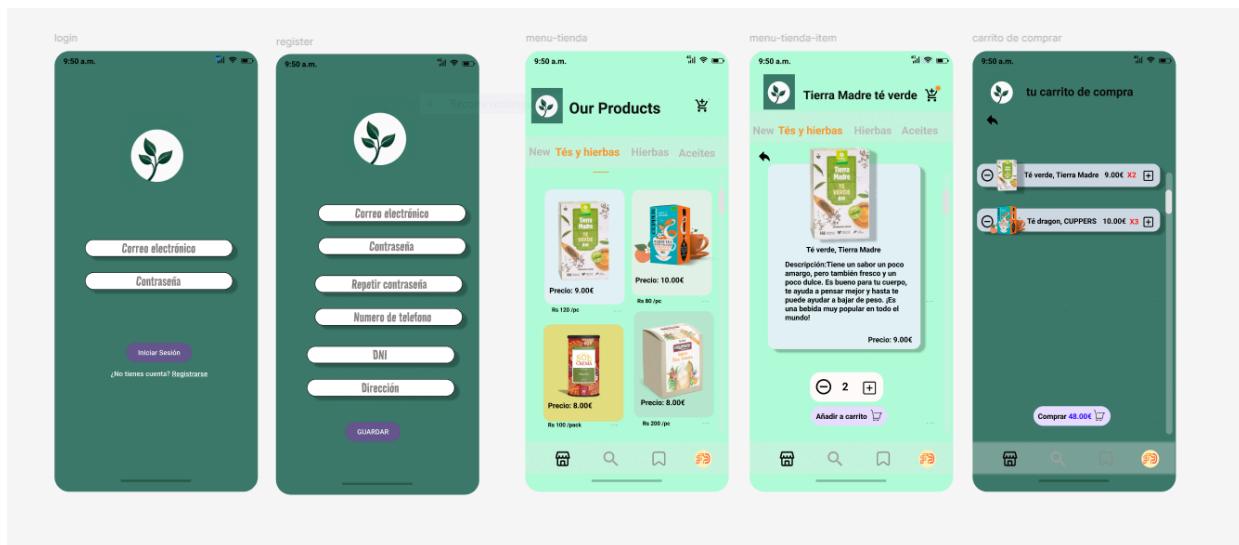
- **Precio:** 18 € por taller (1 hora)
- **Descripción:** Talleres grupales sobre temas como aromaterapia, remedios caseros, y técnicas de relajación con productos naturales.

### 4. Aromaterapia

- **Precio:** 14 € por sesión (30 minutos)
- **Descripción:** Sesión de aromaterapia con aceites esenciales específicos para reducir el estrés, mejorar el sueño o promover la concentración.

## FIGMA.PROTOTIPO DE APP(Si tuvieramos)

<https://www.figma.com/design/eO2qUggpq3MgmhAPq8bYzH/FarmaNatura?node-id=0-1&t=jOOaTXwtSMMQbW46-1>



## NORMATIVAS A TENER EN CUENTA

### 1. Registro Sanitario y Permisos de Funcionamiento

2. Cumplimiento de Buenas Prácticas de Fabricación (BPF)
3. Etiquetado y Publicidad de Productos
4. Normativas sobre Suplementos Alimenticios y Plantas Medicinales
5. Normativa de Seguridad e Higiene del Local
6. Normativas sobre el Personal
7. Protección de Datos y Privacidad
8. Normativa sobre Desperdicio y Sustentabilidad

## 6) Proceso Productivo.

Horarios, proveedores, aplicación El día a día de nuestra empresa, organización

### 1. Horarios

- **Horario de Atención al Cliente:** Lunes a Viernes de 9:00 a.m. a 8:00 p.m., y Sábados de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
- **Horario de consultas del cliente:** De Lunes a Viernes de 10:00 am a 04:00 pm
- **Horario Administrativo y Logístico:** Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., con un equipo reducido para coordinar entregas y recepción de inventario.

### 2. Proveedores

**Natural Logistics:** se especializa en productos de parafarmacia y cosmética natural, incluyendo productos para el cuidado de la piel y el cabello.,

**Cannabitex:** ofrece productos cosméticos que contienen CBD, útiles para el cuidado de la piel y con beneficios terapéuticos como propiedades analgésicas y antiinflamatorias

**Herboteca Natural:** es un herbolario con una amplia gama de productos naturales y remedios herbales, en su mayoría enfocados en el bienestar y cuidado natural de la salud.

**Ynsadiet:** ofrece una tienda en línea con productos de alimentación, suplementos y cosmética natural, entre otros.

### 3. Organización y Flujo de Trabajo Diario

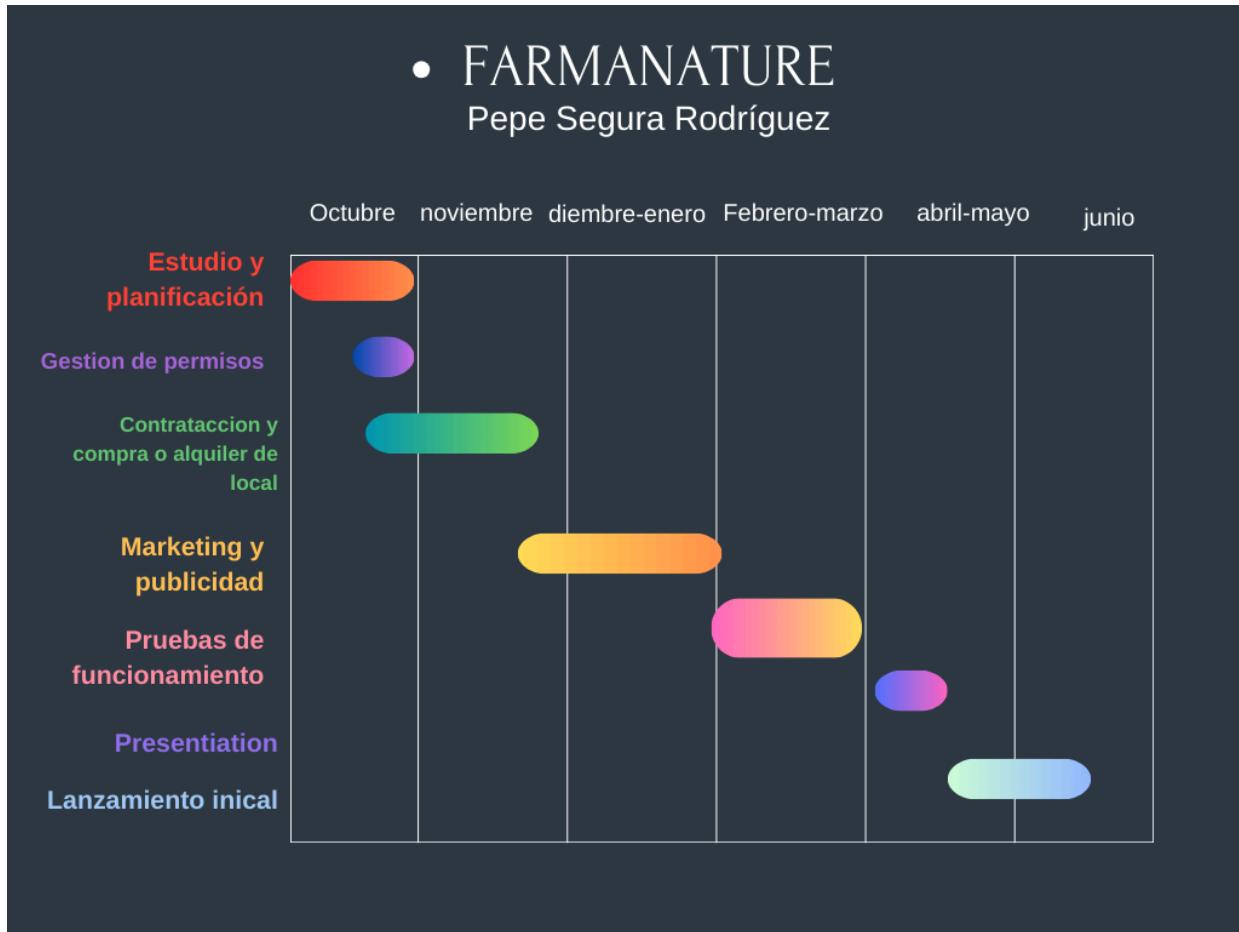
- **Mañanas:** Recepción y organización de nuevos productos, actualización de inventario, revisión de pedidos de proveedores y gestión de pendientes de la noche anterior.
- **Tardes:** Atención a clientes en su mayor flujo, consultas sobre medicamentos y productos naturales, y asistencia para resolución de problemas o dudas sobre productos.
- **Cierre de Jornada:** Reportes diarios de ventas, revisión de inventario, y organización de estantes y armarios para el siguiente día.

### 4. Organización del Personal

- **Farmacéuticos:** Encargados de la asesoría al cliente, revisión de recetas y dispensación de medicamentos.
- **Encargado de Inventario:** Responsable de controlar el stock, recibir productos de proveedores y asegurar la correcta organización en el almacén.

- **Asistentes de Farmacia:** Colaboran en la atención al cliente, organización de productos y apoyo en tareas operativas.(realizan consultas)

## 7) Calendario de puesta en marcha.



2<sup>a</sup> entrega

## 8) Tipos de mercado.

Después de un largo estudio de mercado, podemos concretar:

### 1. Considerando las características de los compradores

Nuestra farmacia está orientada en un mercado de consumo, porque vende productos que están dirigidos hacia el comprador particular o familiar. Dentro de este mercado, se pueden establecer tres subtipos de producto.

Consumo inmediato: Productos como infusiones, vitaminas, suplementos que se consumen con frecuencia.

Consumo duradero: Aparatos de bienestar como difusores de aromaterapia, kits de cuidado personal, con una vida media más larga.

Servicios: Consultas sobre fitoterapia, planes de bienestar a medida.

## **2. Según el número y tipo de competencia**

Competencia monopolística: Tu farmacia opera en un mercado en el que hay muchos competidores pero, en el que cada uno de ellos se distingue por la calidad de los productos naturales, su origen biológico, o los servicios prestados por la tienda. Este es el tipo de mercado más importante, porque permite que tu negocio destaque frente a otras farmacias a través de la creación de una propia marca.

Oligopolio (aunque menos):

Puede aparecer dentro de los subtipos del mercado como en la distribución exclusiva de un producto determinado, pero no debería ser la norma general.

## **3. Segundo la relación que mantiene con la empresa**

### Mercado real:

Paso de su mercado actual: Compuesto por los compradores que ya compran nuestros productos, tanto de tienda física o en línea (si se tiene la app en marcha). **Unos 1,500 clientes mensuales entre tienda física y online.**

### Mercado potencial:

Personas que les interesan los productos naturales que actualmente compran en otras farmacias o, personas que aún no conocen tu negocio, que pueden captarse con una estrategia de marketing. **Entre 5,000 y 10,000 personas anuales**

### Mercado tendencial:

A causa del aumento de la demanda de productos saludables, el mercado potencial es cada vez más grande. **Se estima un 15% anual**

## 9.) Tipología de consumidores

### Geográficos

- **Zonas urbanas:** Consumidores que buscan productos naturales de fácil acceso, especialmente aquellos con estilos de vida acelerados que prefieren soluciones rápidas para su bienestar (por ejemplo, té relajante o snacks saludables).

### Demográficos

- **Edad:**
  - **Jóvenes adultos (18-35 años):** Interesados en productos de belleza natural, suplementos energéticos y superalimentos.
  - **Adultos (36-55 años):** Prefieren productos preventivos, como complementos para la salud cardiovascular o del sistema inmune.
  - **Adultos mayores (55+ años):** Consumen suplementos para articulaciones, memoria o cuidado digestivo.

### Género:

- Las mujeres podrían ser un segmento importante, especialmente en productos de cuidado personal y cosmética natural.
- Los hombres pueden enfocarse en productos energéticos o suplementos específicos.

## Socioeconómicos

- **Nivel adquisitivo medio:** Prefieren productos accesibles, pero valoran la calidad y buscan un equilibrio entre precio y beneficios.
- **Nivel adquisitivo alto:** Interesados en productos premium con certificaciones orgánicas y fórmulas exclusivas.

## Estructura del consumo

- **Consumidores habituales:** Clientes leales que compran de manera recurrente suplementos, infusiones y productos básicos de cuidado personal.
- **Consumidores ocasionales:** Buscan soluciones naturales específicas, como remedios para aliviar el estrés o mejorar el sueño.

## 10.)Estrategia de posicionamiento

FarmaNature debe posicionarse como una farmacia de productos naturales que conecta con las necesidades de las personas modernas: cuidar su salud sin comprometer el planeta. La estrategia es clara, auténtica y orientada a generar confianza y fidelidad en el cliente.

## CAMBIOS EN LA ESTRATEGIA DE POSCIONAMIENTO

---

## 1. Conoce a tu cliente ideal

Para posicionarse de manera efectiva, es fundamental comprender quiénes son los clientes y qué valores buscan en los productos de FarmaNature.

### Perfil del cliente FarmaNature

Los clientes ideales valoran:

- ✓ **Soluciones naturales** para mejorar su calidad de vida sin efectos secundarios.
- ✓ **Transparencia** en los ingredientes, procesos de producción y origen de los productos.
- ✓ **Respeto por el medio ambiente**, eligiendo marcas con empaques ecológicos y prácticas sostenibles.

### Segmentos principales

#### 1. Familias y personas conscientes

- Buscan alternativas seguras y naturales para el cuidado de su familia.
- Prefieren productos sin químicos agresivos para niños y adultos.
- Valoran el bienestar integral (alimentación saludable, equilibrio emocional, etc.).

#### 2. Consumidores jóvenes activos

- Están interesados en el **autocuidado natural** y el bienestar.
- Buscan productos que complementen su estilo de vida (deporte, yoga, alimentación saludable).
- Confían en marcas con un mensaje auténtico y alineado con sus valores.

**Acción:** Crear campañas diferenciadas para cada segmento, con mensajes específicos que conecten con sus necesidades.

---

## **2. Productos que inspiran confianza y fidelidad**

El éxito de FarmaNature radica en ofrecer productos de alta calidad que se conviertan en esenciales para sus clientes.

### **Categorías clave**

- ✓ **Suplementos naturales:** Vitaminas y minerales de origen vegetal para aumentar la energía y mejorar la salud.
- ✓ **Cosmética natural:** Cremas hidratantes, aceites esenciales y productos para el cuidado de la piel sin químicos agresivos.
- ✓ **Remedios herbales tradicionales:** Infusiones y extractos para el sueño, el estrés y la digestión.

### **Cuidado del planeta**

- Uso de **empaques biodegradables o reutilizables** para reducir el impacto ambiental.
- Opciones de **reutilización o reciclaje** para fidelizar a los clientes.
- Destacar certificaciones ecológicas en los envases para reforzar la confianza del consumidor.

### **"Plus emocional" en los productos**

No solo se venden productos, sino experiencias y valores. Incorporar historias auténticas en los envases y la comunicación:

**Ejemplo:** "Este té proviene de cultivos sostenibles en Andalucía, donde pequeños productores cosechan cada hoja con cuidado."

**Acción:** Utilizar etiquetas y fichas de producto con información detallada sobre ingredientes, origen y beneficios.

---

## **3. Estrategia de distribución que facilite el acceso**

Para lograr que los clientes compren con facilidad y naturalidad, la distribución debe ser rápida, accesible y atractiva.

## Canales de venta

### Tienda online:

- Diseño web intuitivo, optimizado para móviles.
- Métodos de pago sencillos y seguros (Bizum, PayPal, tarjetas, etc.).
- Experiencia de compra fluida, con recomendaciones personalizadas según intereses.

### Tienda física:

- Espacio bien organizado y acogedor, con asesoramiento personalizado.
- Exhibición atractiva con secciones temáticas (relajación, energía, belleza, etc.).

### Alianzas estratégicas:

- Venta de productos en gimnasios, spas y centros de yoga.
- Colaboraciones con terapeutas holísticos y nutricionistas para recomendar productos FarmaNature.

### Eventos y ferias:

- Presencia en ferias de salud, bienestar y sostenibilidad para dar a conocer la marca.
- Muestras gratuitas y charlas sobre los beneficios de los productos naturales.

### Acciones clave:

**Envíos rápidos y sostenibles:** Opciones de entrega ecológicas con packaging reciclable.

**Programa de fidelización:** Recompensas por compras recurrentes y descuentos por reciclaje de envases.

---

## 4. Marketing emocional y educativo

El objetivo es construir una comunidad en torno a FarmaNature, basada en la confianza y el conocimiento.

### Redes sociales

- Publicar contenido educativo y cercano con un tono cálido y humano.
- **Ejemplo de post:** “¿Estrés en el trabajo? Prueba esta infusión relajante, tu aliada natural para un día más tranquilo.” 
- Uso de historias interactivas, encuestas y sesiones de preguntas y respuestas sobre bienestar natural.

### Blog en la web

- Crear artículos con información clara y científica sobre productos naturales.
- **Ejemplo de artículo:** “5 plantas medicinales que te ayudarán a dormir mejor (y cómo usarlas correctamente)”.

### Colaboraciones con influencers y expertos

- Asociaciones con creadores de contenido especializados en bienestar, nutrición y estilo de vida saludable.
- Participación en **podcasts y entrevistas** con expertos en medicina natural.

### Publicidad local en Sevilla

- Campañas dirigidas a personas que buscan productos naturales en la ciudad.
- Uso de Google Ads y redes sociales para llegar a clientes potenciales interesados en bienestar y ecología.

**Acción:** Planificar un calendario de contenido con publicaciones diarias en redes y artículos semanales en el blog.

---

## **Conclusión**

Con esta estrategia, FarmaNature puede diferenciarse como una farmacia de productos naturales auténtica, confiable y alineada con las necesidades de los clientes modernos.

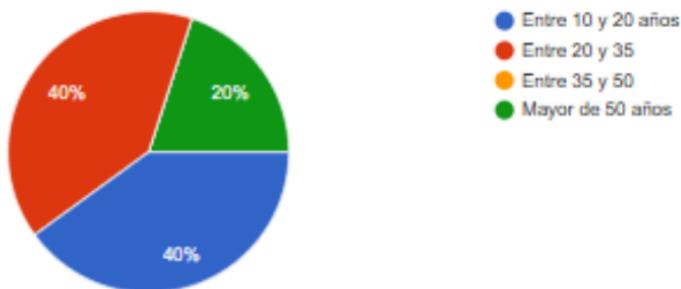
### **11.) Estudio de mercado**

Realizaremos y compartiremos varias encuestas para conseguir saber un poco más sobre nuestros futuros clientes, midiendo en la encuesta cosas como : el saber del vecino sobre fármacos naturales y el alcance que podríamos tener

Edad el usuario a realizar el formulario

 Copiar gráfico

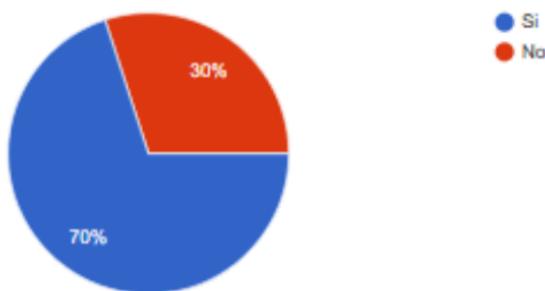
1000 respuestas



¿Has utilizado productos naturales para tratar alguna condición de salud ?

 Copiar gráfico

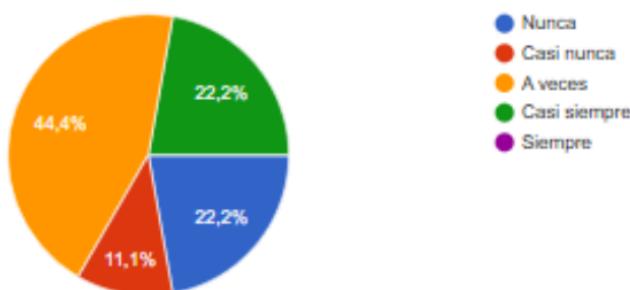
1000 respuestas



¿Con que frecuencia compras productos naturales?

 Copiar gráfico

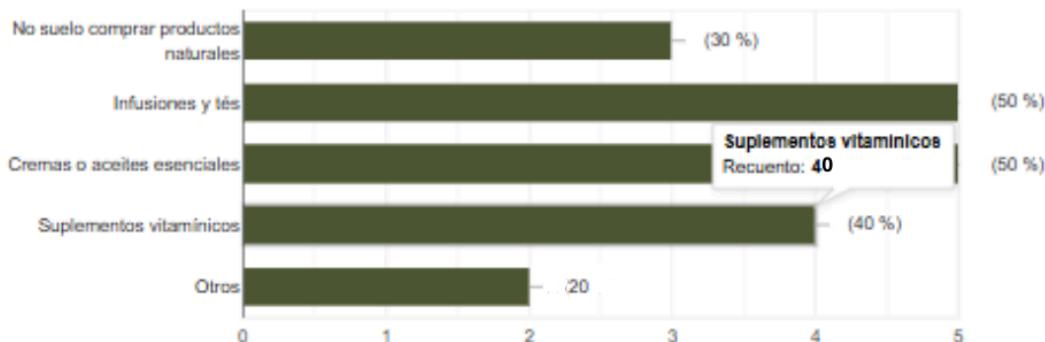
1000 respuestas



¿Qué tipo de productos naturales sueles comprar ?

Copiar gráfico

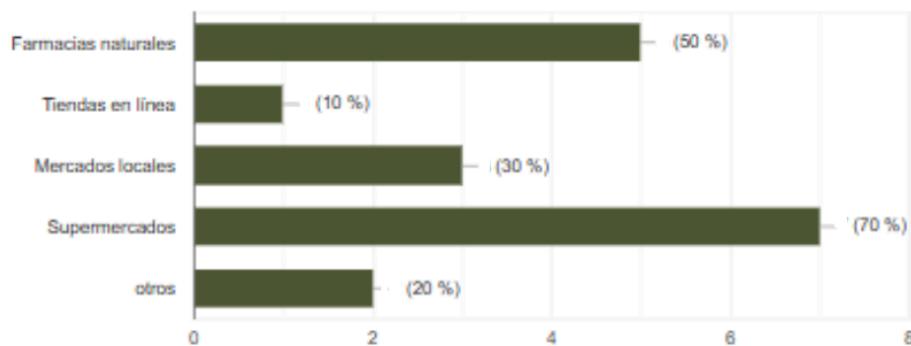
1000 respuestas



¿Dónde sueles comprar productos naturales ?

Copiar gráfico

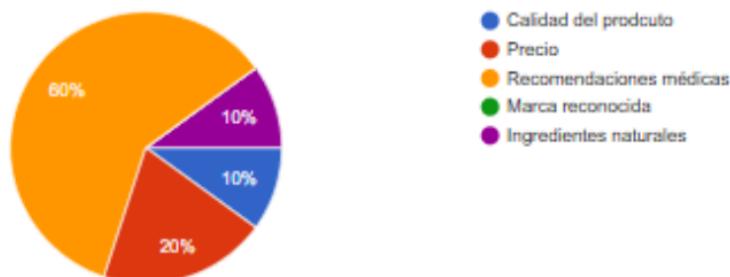
1000 respuestas



¿Qué factores consideras más importante al comprar productos naturales?

Copiar gráfico

1000 respuestas



Conclusión: nuestros mayor grupo de clientes será de la etapa de 10 a 35 años, que la mayoría de personas han usado o usan productos naturales para lidiar con las adversidades que sufren (en lo que de salud corresponda ), los productos más comprados son té y cremas, y la gran

mayoría suele comprar productos naturales cuando un médico es quien se lo recomienda , además de que suelen comprarlos en el supermercado

## 12) Análisis D.A.F.O (Debilidades/Amenazas/Fortalezas/Oportunidades).



**C = Corregir (Debilidades)**

### **Falta de reconocimiento de marca**

Acción: Aumentar la visibilidad de la farmacia a través de redes sociales (Instagram y Facebook) mostrando productos, ofertas y consejos de salud natural. Crear una ficha en Google My Business para aparecer en las búsquedas locales.

### **Costos iniciales elevados**

Acción: Controlar la inversión inicial priorizando los productos más demandados. Negociar con los proveedores para conseguir precios más competitivos y evaluar la posibilidad de comprar menos cantidades al inicio.

### **Dependencia de proveedores**

Acción: Diversificar los proveedores clave para evitar interrupciones en el suministro. Establecer acuerdos con productores locales para garantizar la disponibilidad de productos.

### **Capacitación del personal**

Acción: Formar al equipo de trabajo sobre los beneficios y usos de los productos naturales. Se pueden organizar sesiones periódicas de capacitación interna o acceder a recursos de formación en línea.

### **Poca variedad de productos**

Acción: Identificar los productos más demandados por los clientes a través de encuestas o sugerencias directas. Incorporar gradualmente nuevas categorías de productos para evitar la acumulación de inventario.

## **A = Afrontar (Amenazas)**

### **Competencia con grandes tiendas y farmacias tradicionales**

Acción: Diferenciarse ofreciendo atención personalizada y asesoramiento. Desarrollar una propuesta única de valor, como la especialización en productos exclusivos o personalizados.

### **Fluctuación de precios de los insumos**

Acción: Negociar precios con proveedores para establecer precios fijos durante un período de tiempo. Aplicar estrategias de precios

flexibles y ofrecer packs o combos de productos que generen un ahorro percibido por el cliente.

### **Regulaciones y normativas**

Acción: Asegurar el cumplimiento de la normativa de etiquetado y calidad de los productos. Establecer procedimientos de control de calidad y trabajar con proveedores que ya cumplan con los requisitos legales.

### **Cambios en los hábitos de consumo**

Acción: Adaptarse a la tendencia de compra en línea creando una página web o una vitrina digital. Facilitar la venta mediante pedidos por WhatsApp o formularios simples, con la opción de entrega a domicilio.

### **Impacto económico global (inflación, crisis, etc.)**

Acción: Ofrecer productos esenciales a precios accesibles, crear packs de ahorro o promociones por volumen. También se puede habilitar una sección de productos con precios especiales.

### **M = Mantener (Fortalezas)**

Son los aspectos positivos de la empresa que ya están funcionando y que conviene conservar y reforzar.

#### **Variedad de productos naturales**

Acción: Mantener los productos de mayor demanda siempre en stock. Identificar los productos "estrella" y asegurar que estén disponibles todo el año, especialmente en épocas de alta demanda (como los suplementos para la inmunidad en invierno).

#### **Atención personalizada**

Acción: Seguir ofreciendo una atención cercana y personalizada. Formar al personal para que puedan recomendar productos en

función de las necesidades de cada cliente. Esto puede marcar la diferencia frente a las grandes cadenas.

### **Demanda creciente de productos naturales**

Acción: Aprovechar la tendencia de consumo saludable para crear campañas educativas en redes sociales, blogs o boletines informativos. Informar a los clientes sobre los beneficios de los productos que se ofrecen.

### **Buena ubicación en Sevilla**

Acción: Aprovechar la visibilidad del local físico asegurándose de que esté bien identificado con carteles claros y atractivos. Usar Google Maps para que la farmacia aparezca en las búsquedas locales.

### **Calidad y especialización**

Acción: Destacar la calidad de los productos naturales y la especialización de la farmacia en esta categoría. Mostrar los certificados de calidad de los productos y explicar sus beneficios para que los clientes tengan confianza en su compra.

## **E = Explorar (Oportunidades)**

Son posibilidades externas que la empresa podría aprovechar para crecer y diferenciarse.

### **Consumo saludable en auge**

Acción: Aprovechar la tendencia de consumo saludable para posicionarse como una farmacia referente en productos naturales. Ofrecer consejos de salud natural mediante publicaciones en redes sociales, boletines de noticias o charlas presenciales.

### **Alianzas estratégicas**

Acción: Colaborar con gimnasios, centros de yoga, herbolarios y otras empresas de salud para realizar promociones conjuntas o

intercambios de clientes. Por ejemplo, ofrecer descuentos cruzados con centros de bienestar.

### **Venta online**

Acción: Crear una página web sencilla donde los clientes puedan ver el catálogo de productos y hacer pedidos en línea o por WhatsApp. Esto aumentará la base de clientes y permitirá vender fuera del ámbito local.

### **Productos personalizados**

Acción: Desarrollar kits de productos naturales personalizados (por ejemplo, kits de relajación, kits de inmunidad o kits de bienestar). Esta personalización permite ofrecer algo único que no se encuentra en farmacias tradicionales.

### **Sostenibilidad y ecología**

Acción: Incorporar envases sostenibles y productos ecológicos. Comunicar a los clientes que la farmacia está comprometida con la sostenibilidad, ya que cada vez más personas valoran este tipo de iniciativas.

## **13.) Marketing mix**

En nuestra empresa nos centraremos en varias estrategias de marketing en un primer caso y de las más importante sería el neuromarketing entre otras estrategias :

→ En nuestra empresa usaremos slogans publicitarios para hacer sentir mejor al cliente con frases positivas como “Naturalmente, para ti y los tuyos”

→ Uso de colores y empaquetados estratégicos, como el uso del verde para representar la salud y los marrones para representar lo natural, como empaquetados estratégicos podemos hacer que la envoltura de los productos de la empresa sea con algún material biodegradable por ejemplo

→ Y por último crearemos experiencias personalizadas, en físico podríamos dar en la misma tienda a probar productos como cremas hidratantes, si se saca una app se puede trabajar en una IA que desde la aplicación para que la IA recomiende una selección de los productos ofrecidos en la tienda.

→ Organiza talleres de mindfulness, aromaterapia o preparación de remedios naturales. Esto crea un vínculo emocional con los clientes y posiciona la marca como un referente en bienestar natural.

→ También como una estrategia más personal marketing de email, donde bombardear a los clientes con publicidad de los productos , cambios, precios, etc.....

→ Por último el uso de publicidad impresa por el barrio o la zona del local para que los vecinos empiecen a conocer los servicios de la empresa, y que después se vaya haciendo boca a boca la publicidad.



**FARMANATURP**

**> PARA TODOS,  
PARA TI**

Tenemos  
**PRODUCTOS UNICOS**  
**Y NATURALES**

calle ben-sahl de sevilla , nº2

**PIDE CITA**

**123 456 789**

Para realizar todas estas estrategias de marketing tendríamos que gastar con un coste de:

**Rango mínimo: 8.060 €**

**Rango máximo: 15.950 €**

## 14) Logo y primer post para instagram

Obviando la foto de portada del proyecto, aquí tendría un logo mucho más básico y minimalista. usaremos los dos y hasta otro más para que tuvieramos el logo responsive como algunas marcas como disney que tiene 3 marcas las para cuando lo necesiten



Farmanaturep



Farmanaturep

# NUEVA APERTURA



Farmanaturep

**Te esperamos el 24 de este mes en la calle Lamarque de Novoa ,  
en nuestra nueva farmacia de productos naturales**



## 15) Forma jurídica

### **Forma Jurídica: Autónomo**

La opción de ser autónomo es ideal para iniciar una farmacia de productos naturales como único propietario, ya que combina rapidez, simplicidad y bajo coste inicial.

#### **Características Principales**

1. Responsabilidad personal ilimitada: Se responde con los bienes personales por las deudas del negocio.
2. Gestión directa y sencilla: Todas las decisiones recaen en el propietario, sin necesidad de socios ni estatutos.
3. Inscripción rápida: Basta con realizar el alta en Hacienda y en la Seguridad Social.

#### **Ventajas**

1. Costes iniciales mínimos: No requiere capital social ni trámites complejos de constitución.
2. Simplicidad administrativa: La contabilidad y fiscalidad son más accesibles y fáciles de gestionar.
3. Tarifa plana para nuevos autónomos: Permite pagar una cuota reducida durante los primeros meses.
4. Tributación directa: Los ingresos tributan a través del IRPF, siendo favorable si los beneficios iniciales son bajos.
5. Control total: Toda la gestión del negocio queda en manos del propietario.

#### **Inconvenientes**

1. Responsabilidad ilimitada: Se pone en riesgo el patrimonio personal en caso de deudas o problemas financieros.
2. Cuota fija de autónomos: Debe abonarse mensualmente, incluso si los ingresos son bajos o inexistentes.
3. Carga fiscal creciente: A medida que los ingresos aumentan, el IRPF puede ser más elevado que el Impuesto de Sociedades.
4. Limitaciones para crecer: Para negocios con expansión significativa, puede resultar más eficiente operar como sociedad.
5. Gestión personal: El propietario es responsable de cumplir con las obligaciones fiscales, contables y administrativas.

## 16.) Trámites de constitución

### **Trámites Generales para Autónomos**

## 1. Alta en Hacienda

- **Trámite:** Presentar el modelo **036** o **037** en la Agencia Tributaria.
  - **Objetivo:**
    - Darse de alta en el **Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores**.
    - Indicar el epígrafe del **Impuesto de Actividades Económicas (IAE)** según tu actividad económica.
    - Definir si estás sujeto a IVA, IRPF, o ambos.
  - **Plazo:** Antes de comenzar la actividad.
  - **Cómo hacerlo:** Presencialmente en Hacienda o a través de la sede electrónica.
- 

## 2. Alta en la Seguridad Social

- **Trámite:** Inscribirte en el **Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)**.
  - **Objetivo:**
    - Cotizar a la Seguridad Social.
    - Acceder a prestaciones como baja laboral, jubilación o sanidad.
  - **Requisito:** Realizar este trámite dentro de los 60 días previos al inicio de la actividad.
  - **Cuota inicial:**
    - Tarifa plana de **80 € al mes** (durante los primeros 12 meses) si cumples los requisitos.
  - **Cómo hacerlo:** A través de la sede electrónica de la Seguridad Social o en una oficina.
- 

## 3. Licencias y Permisos

Dependiendo de la actividad, pueden ser necesarios ciertos permisos generales:

- **Licencia de Apertura** (si trabajas desde un local físico):  
Se tramita en el ayuntamiento correspondiente.
  - **Licencia de Actividad:** Obligatoria para negocios que puedan tener impacto ambiental, urbanístico o sanitario.
  - **Permisos específicos según actividad:** Por ejemplo, registro sanitario si vendes alimentos o productos de salud.
- 

## 4. Registro de Nombre Comercial (Opcional)

- Aunque no es obligatorio, puedes registrar un **nombre comercial** o una **marca** para proteger tu negocio.
- **Dónde hacerlo:** A través de la **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)**.

- **Ventaja:** Garantizas que nadie más pueda usar tu nombre comercial.
- 

## 5. Contratación de Empleados (si aplica)

- Si necesitas contratar personal:
    - Inscríbete como empleador en la Seguridad Social.
    - Firma contratos de trabajo legales.
    - Da de alta a los empleados en la Seguridad Social.
- 

## 6. Apertura de una Cuenta Bancaria Profesional

- Aunque no es obligatorio, es recomendable tener una cuenta bancaria separada para las operaciones de tu negocio. Esto facilita la gestión fiscal y contable.
- 

## 7. Seguro de Responsabilidad Civil (Opcional pero Recomendable)

- Cubre posibles daños o reclamaciones de clientes o terceros.
  - Muy útil en actividades relacionadas con servicios, salud o productos de consumo.
- 

## 8. Cumplir con Obligaciones Fiscales

Una vez dado de alta, deberás presentar ciertos impuestos regularmente:

- **Trimestralmente:**
    - **Modelo 130:** Pago fraccionado de IRPF.
    - **Modelo 303:** Declaración de IVA.
  - **Anualmente:**
    - **Modelo 390:** Resumen anual del IVA.
    - **Modelo 100:** Declaración de la renta.
- 

## 9. Alta en Protección de Datos (si aplica)

- Si manejas datos personales de clientes o empleados, debes cumplir con la normativa de la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)**.
- Este trámite es obligatorio para actividades que gestionen datos sensibles (e-commerce, salud, etc.).

## **Trámites generales**

### **Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores**

**Descripción:** Quienes vayan a realizar actividades u operaciones empresariales o profesionales o abonen rendimientos sujetos a retención deben solicitar, antes del inicio, su inscripción en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. Este censo forma parte del Censo de Obligados Tributarios.

**Organismo:** Delegación de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal y la Sede electrónica de la Agencia Tributaria, Hacienda Navarra, Departamento de Hacienda y Finanzas del Gobierno Vasco.

**Plazo:** La declaración de alta se deberá presentar con anterioridad al inicio de las actividades empresariales o profesionales.

**Documentación:** Modelo 037 de declaración censal simplificada para personas físicas residentes, y Modelo 036 para cualquier obligado tributario que deba cumplir con la obligación tributaria formal.

---

### **Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)**

**Descripción:** El IAE grava a las personas físicas, jurídicas y entidades sin personalidad jurídica que realicen actividades empresariales, profesionales y artísticas en territorio nacional, salvo las agrícolas, ganaderas dependientes, forestales y pesqueras.

**Organismo:** Delegación de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal.

**Plazo:** No se especifica en el texto original.

**Documentación:** Modelos 036 o 037 de declaración censal.

---

### **Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social**

**Descripción:** A efectos de prestaciones contributivas, se deben dar de alta en el Sistema de la Seguridad Social todos los españoles y extranjeros que residan en España y ejerzan su actividad en territorio nacional.

**Organismo:** Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social de la provincia en que esté domiciliada la empresa.

**Plazo:**

- Régimen de autónomos: 30 días naturales.
- Régimen General y Régimen General asimilado: Hasta 60 días naturales antes del inicio de la relación laboral.

**Documentación:** Formularios TA0521 según el tipo de socio o trabajador, y Mandato SEPA para la domiciliación de pagos.

---

## **Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad**

**Descripción:** El artículo 26 del Código de Comercio establece la obligación para las sociedades mercantiles de llevar un libro de actas, registro de socios, acciones nominativas y contratos entre el socio único y la sociedad.

**Organismo:** Registro Mercantil Provincial correspondiente al domicilio social de la entidad.

**Plazo:** Dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio social.

**Documentación:** Los libros se generan con el programa Legalia y se presentan por vía telemática, adjuntando un certificado electrónico válido.

## **Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales**

**Descripción:** Todos los empresarios que lleven su contabilidad según las disposiciones del Código de Comercio deberán elaborar los siguientes documentos contables: un Libro Diario y un Libro de Inventarios y Cuentas Anuales. Estos libros deben presentarse para su legalización en el Registro Mercantil, por vía telemática, dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio social. Las cuentas anuales también deben presentarse para su depósito en el Registro Mercantil dentro del mes siguiente a su aprobación.

**Organismo:** Registro Mercantil correspondiente al domicilio social de la empresa. Para sociedades cooperativas, el área de Trabajo y Asuntos Sociales de la Delegación o Subdelegación del Gobierno correspondiente.

**Plazo:** Dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio social.

**Documentación:**

- Certificado electrónico reconocido.
  - Alta como usuario en la página del Colegio de Registradores.
  - Los libros deben generarse con el programa Legalia y conservar una copia informática de los ficheros presentados.
- 

## **Obtención de un certificado electrónico**

**Descripción:** El certificado electrónico y/o el DNI electrónico contienen claves criptográficas necesarias para firmar electrónicamente. Su misión es validar y certificar que una firma electrónica corresponde a una persona física, jurídica o entidad sin personalidad jurídica.

**Organismo:** Autoridad de Certificación correspondiente, como la Dirección General de Policía para el DNIE.

**Plazo:** A instancia del interesado.

**Documentación:**

- Para certificados en tarjeta (DNIE): Solicitud en oficinas de la Dirección General de Policía.

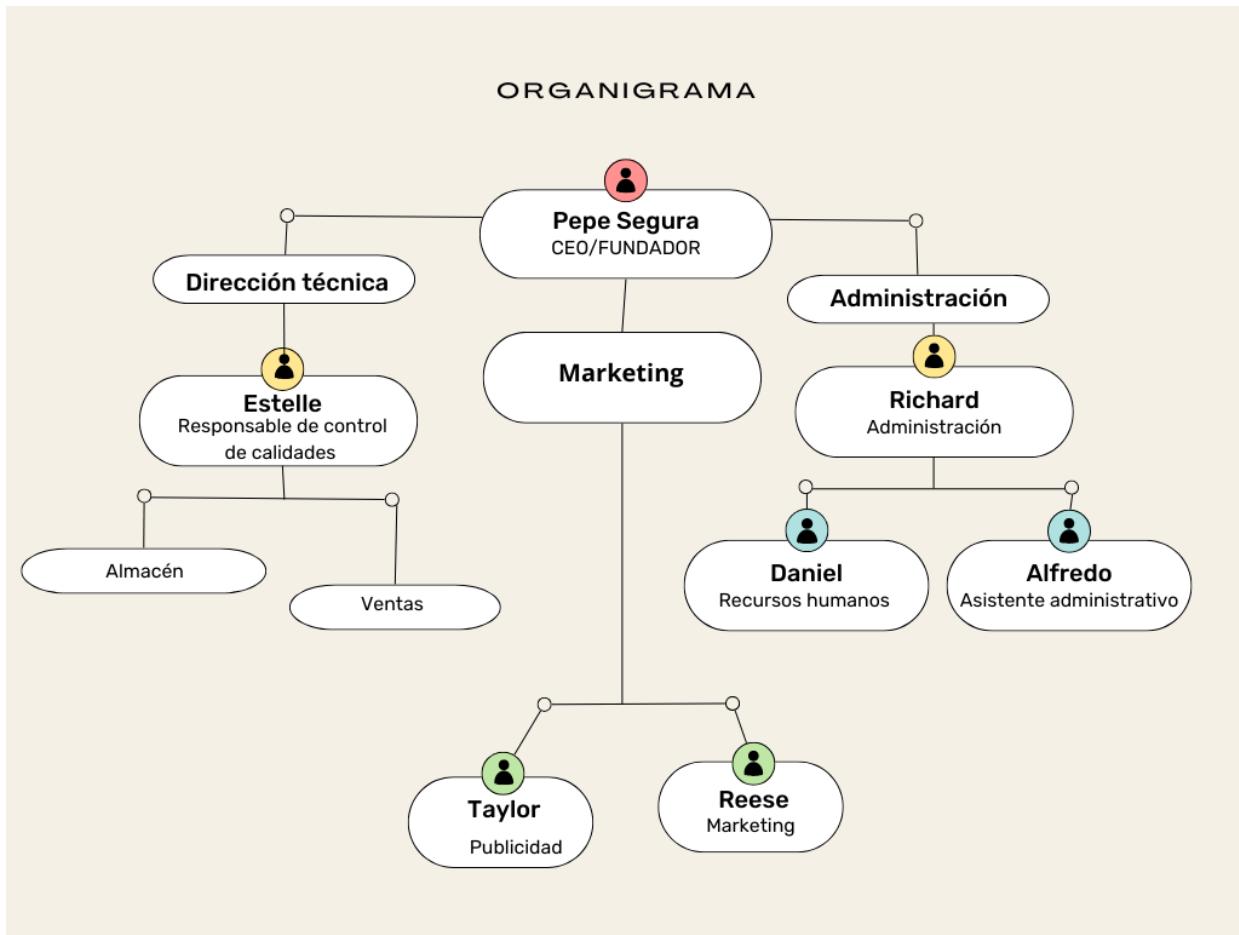
- Para certificados software: Solicitud y descarga desde el navegador, utilizando el mismo navegador durante todo el proceso.

## 17) Organigrama.

Nuestra empresa contará con un ceo encargado de representar a la empresa en eventos y negociaciones, supervisión del negocio y búsqueda de nuevas oportunidades de mercado

Nuestra empresa tendrá tres sectores claros al inicio para progresar rápidamente, tendremos un director técnico el cual será responsable de control de calidades, el encargado de almacén y de ventas de la empresa junto con ayuda del ceo, Como actividades secundarias la directora técnica:Elaboración de informes de calidad, atención a auditorías y certificaciones. Apoyo a almacén en gestión de stock de productos de calidad especial.

También tendremos un departamento de marketing ocupado por dos personas cada una encargada sobre todo de una de las ramas una comunicación , la otra a publicidad como actividades secundarias tendremos: desarrollo de estrategias de comunicación y publicidad, análisis de tendencias del mercado, creación de contenido para redes sociales y web (Diseño de campañas publicitarias, coordinación con agencias de publicidad, supervisión de imagen corporativo) y la otra dedicada al marketing con tareas como análisis de mercado y posicionamiento de la marca, gestión de redes sociales y estrategias digitales, seguimiento del impacto de campañas publicitarias(apoyo en ferias y eventos promocionales, creación de boletines y estrategias de email marketing )



## 18.) Recursos humanos

- Número de trabajadores: 6

La empresa contará con 6 trabajadores distribuidos en tres áreas principales:

- **Dirección Técnica:** 1 trabajador.
- **Marketing:** 2 trabajadores.
- **Administración:** 3 trabajadores.

- Requisitos que se le piden:

Los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos, según su área de trabajo:

- **Dirección Técnica:** Experiencia en control de calidad y gestión de almacén. Formación en farmacia, biotecnología o química será valorada.
- **Marketing:** Conocimientos en publicidad digital, redes sociales y diseño gráfico. Se valorará experiencia previa en marketing y ventas.
- **Administración:** Formación en administración de empresas, contabilidad o recursos humanos. Experiencia en gestión de documentos y atención al cliente.

- **Tareas que van a desempeñar:**

- **Dirección Técnica:** Supervisión de calidad, control de almacén y gestión de ventas.
- **Marketing:** Diseño y ejecución de estrategias publicitarias, gestión de redes sociales y promoción de productos.
- **Administración:** Gestión de facturación, atención al cliente, recursos humanos y apoyo administrativo.

- **Tipo de contrato:**

Los contratos serán de tipo **indefinido** o **temporal**, dependiendo del puesto y las necesidades de la empresa. Se contemplará jornada completa o parcial según el área de trabajo.

- **Costes salarial (Salario + SS):**

Estimación de costes mensuales por trabajador:

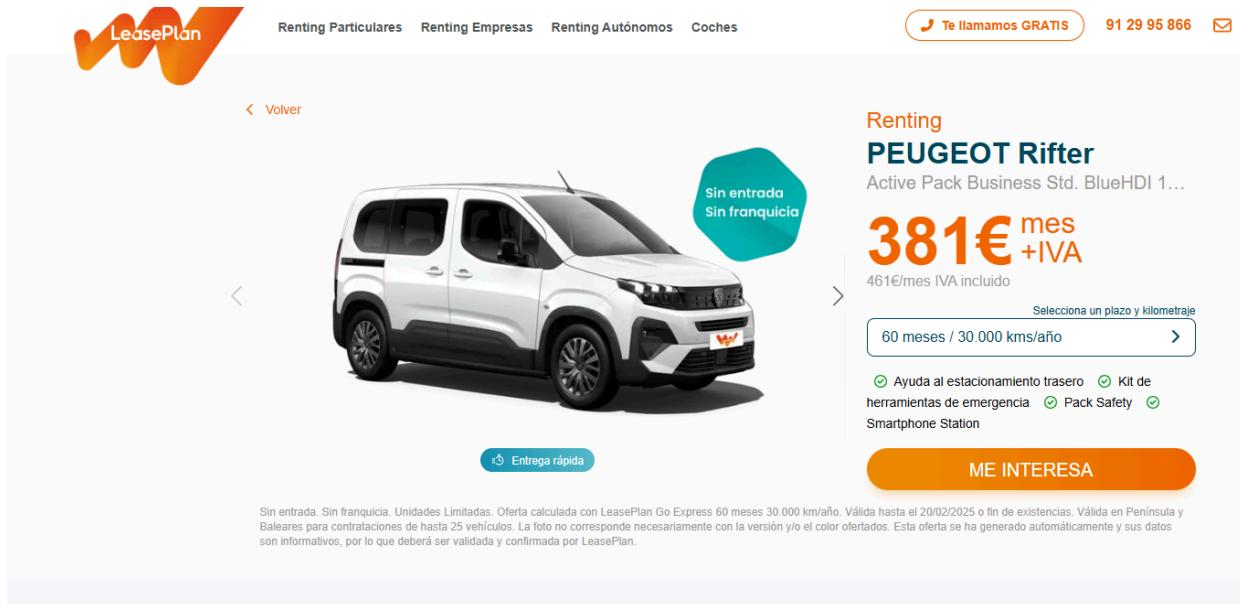
- **Dirección Técnica:** 2.000 - 2.500 € (salario bruto) + SS.
- **Marketing:** 1.500 - 2.000 € (salario bruto) + SS.
- **Administración:** 1.300 - 1.800 € (salario bruto) + SS.

- **Proceso de selección:**

- **Publicación de ofertas** en portales de empleo y redes sociales.
- **Recepción y revisión de currículums.**
- **Entrevistas personales o virtuales** con pruebas prácticas si es necesario.
- **Selección final y contratación.**
  
- **Medidas de prevención / protección:**
- Uso de **equipo de protección** en áreas de manipulación de productos.
- Capacitación en **prevención de riesgos laborales.**
- Medidas de **ergonomía y bienestar** en el lugar de trabajo.
- Protocolos de **emergencia y primeros auxilios.**
- Plan de formación:

**Se ofrecerán capacitaciones periódicas en:**

- **Actualización en normativas** de productos naturales y control de calidad.
- **Uso de herramientas digitales** para marketing y administración.
- **Habilidades de atención al cliente y ventas.**



The screenshot shows a promotional offer from LeasePlan for a Peugeot Rifter. The offer includes "sin entrada sin franquicia" (no deposit, no franchise) and a monthly payment of 381€ + IVA. The offer is valid for 60 months / 30.000 kms/año. The page also features a "ME INTERESA" button and some additional terms at the bottom.

**Renting**  
**PEUGEOT Rifter**  
Active Pack Business Std. BlueHDI 1...

**381€ mes**  
461€/mes IVA incluido

Selecciona un plazo y kilometraje  
60 meses / 30.000 kms/año >

Ayuda al estacionamiento trasero  Kit de herramientas de emergencia  Pack Safety  Smartphone Station

**ME INTERESA**

Sin entrada. Sin franquicia. Unidades Limitadas. Oferta calculada con LeasePlan Go Express 60 meses 30.000 km/año. Válida hasta el 20/02/2025 o fin de existencias. Válida en Península y Baleares para contrataciones de hasta 25 vehículos. La foto no corresponde necesariamente con la versión y/o el color ofrecidos. Esta oferta se ha generado automáticamente y sus datos son informativos, por lo que deberá ser validada y confirmada por LeasePlan.

## 19) Composición del activo.

Gasto	Coste Anual (€)
<b>Alquiler</b>	11.200
<b>Sueldos inmobiliario</b>	32.000 6000
<b>Furgoneta</b>	1.844
<b>Internet</b>	160
<b>Préstamo</b>	2.116,52
<b>Luz</b>	500
<b>Agua</b>	150
<b>Compra de productos</b>	15.700
<b>Total Gastos</b>	67.364,52

## 20) Previsión económico-financiera.

//Anualmente

### Cuenta de resultados previsional

-gastos fijos(mensuales= alquiler(2800), sueldos de los trabajadores , renting furgoneta=(461) , internet )  
 -gastos variables(luz, agua, compra de productos )  
 -ingresos  
 -neto

Ingresos/gastos	Enero	Febrero	Marzo
<b>Gastos fijos</b>	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40

	<b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Préstamo:</b> 529,13€
<b>Gastos variables</b>	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 5000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 4000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 7000
<b>Total Gasto</b>	16.466	15.466	18.466
<b>Ingresos</b>	15000	20000	25000
<b>Neto</b>	-1466	4534	6534

<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€
<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 5000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 3000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 2700
16.466	14.466	14.166
27500	29000	25000
11034	14534	10534

<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>
<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€

<b>Luz:</b> 125 <b>Agua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 3000	<b>Luz:</b> 125 <b>Agua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 3200	<b>Luz:</b> 125 <b>Agua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 3700
14.466	14.666	15.166
22000	24500	26000
7534	9834	10834

<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€	<b>Alquiler:</b> 2800 <b>Sueldos:</b> 8000 <b>Furgoneta:</b> 461 <b>Internet:</b> 40 <b>Préstamo:</b> 529,13€
<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 4000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 4000	<b>Luz:</b> 125 <b>Aqua:</b> 35-40 <b>Compra productos:</b> 3800
15.466	15.466	15.266
29000	28000	29000
13534	12534	13734

**Hay que añadirle a gasto total 529,13 de mas a parte de quitarle al beneficio esos 529,13 cada mes**

**Origen de la financiación**

Ahorros propios → 12000

Préstamos →37700(BBVA)



Financiación = 49700(euros)

## 21) Documentación de la empresa.

La empresa contará con estos tipos de documentos cada vez que se realice una compra:

→ Una hoja de pedido

# **HOJA DE PEDIDO**

Order

2025-045

Order No 2025-045

Date 20/02/25

## **Customer Information**

Name FarmaNatur  
Company B87654321  
Phone No 606735399  
Email farmanatur@gmail.com  
Address Calle Salud Natural, 10, Sevilla

Started     Completed     Started

## Order Details

## Notes

Method	
Date	
Tracking No	
Date Received	

**Urgente**

→ Factura del pedido

# FACTURA

Nº: 01



## DATOS DEL CLIENTE

FarmaNature  
farmanatur@gmail.com  
911-234-5678  
Calle salud Natural, 10 , Sevilla

## DATOS DE LA EMPRESA

Alba Castro  
Hola@unsitiogenial.es  
911-234-5678  
Calle Cualquiera 123, Cualquier Lugar

Detalle	Cantidad	Precio	Total
crema de caléndula	01	10 €	10 €
Infusión relajante	03	2,5 €	7,5 €
té marino	02	7,5 €	15 €
té verde	04	5 €	20 €
<hr/>			
	IVA	21 %	52,50 €
	<b>TOTAL</b>		<b>64,42 €</b>

## INFORMACIÓN DE PAGO

Transferencia bancaria  
Banco Borcelle  
Nombre: Jose Rafael  
Número de cuenta 954000000

→ Recibo del pedido

---

# RECIBO

LICERIA & CO.

**INVOICE TO :**

Jose Rafael Segura Rodríguez  
Farma Natur  
Calle salud natural, 10 , Sevilla

**SEND PAYMENT TO :**

Bank : Borcelle Bank  
Account Name : BAREA. S.L  
Account No. : 0123 4567 8901

**INV.NO#18910**

**JULY 2025**

Description	Qty	Price	Total
Crema de caléndula	3	300	\$900
Infusión relajante	12	50	\$600
Miel natural	150	10	\$1.500
hojas de papel 500	1	400	\$400
Subtotal		\$3.400	

\*All item prices are inclusive of tax.

**THANK YOU**

→ Albarán

No	Item Description	QTY	Price	Discount
----	------------------	-----	-------	----------

Form No:

# Delivery Form

**Warner & Spencer**

+123-456-7890

hello@reallygreatsite.com

123 Anywhere St., Any City, ST 12345



## ***Customer Information***

Name	: FarmaNatur
Phone	: 606735399
Email	: farmanatur@gmail.com
Address	: Calle Salud Natural, 10, Sevilla

## ***Order Information***

Description	Price	Qty	Total
Té verde orgánico	5.00\$	20	100
Aceite esencial lavanda	7.50\$	15	112,5



***Signature,***

Jose Rafael Segura Rodriguez  
[ Full Name ]

y

## **ÍNDICE DEL PLAN DE EMPRESA**

1) Introducción.

2) Idea de negocio.

a) ¿Cuál será la actividad de la empresa?

La empresa se dedicará venta de productos naturales farmacéutico  
b) ¿Por qué este negocio en concreto? ¿Existen negocios similares en el lugar en que se instalará? ¿Se ofrecerá algún producto que en este momento no ofrezca ninguna empresa? ¿Cuál es el motivo por el que se cree que este producto se venderá? ¿Qué diferenciará a este negocio de otros parecidos?

c) ¿Cuál es el objetivo que pretende alcanzar la empresa?

d) ¿Cuál será el volumen total de la inversión?

e) ¿Qué nombre tendrá la empresa?

3) Identificación del promotor.

4) Localización.

5) Producto ofrecido.

6) Proceso Productivo.

7) Calendario de puesta en marcha.

8) Tipo de Mercado.

9) Tipología de Consumidores.

- 10) Estrategias de Posicionamiento.
- 11) Estudio de mercado.
- 12) Análisis D.A.F.O (Debilidades/Amenazas/Fortalezas/Oportunidades).
- 13) Estrategia de Marketing.
- 14) Logo.
- 15) Forma Jurídica.
- 16) Tramites de constitución.
- 17) Organigrama.
- 18) Recursos Humanos.
- 19) Composición del activo.
- 20) Previsión económico-financiera.
- 21) Documentación de la empresa.+