



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Facultat d'Òptica i Optometria de Terrassa



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

TRABAJO FINAL DE GRADO

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

KATTY ELIZABETH BURBANO BENAVIDES

Director
Ramón Casabona Fina
Departamento de Organización de Empresas

29/01/2014



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

El Sr. Ramón Casabona Fina como director del trabajo

CERTIFICA

Que la Sra. Katty Elizabeth Burbano Benavides ha realizado bajo su supervisión el trabajo “Creación de un negocio de óptica” recogido en esta memoria para optar al título de grado en Óptica y Optometría.

Y para que conste, firmo este certificado.

Terrassa, 29 de Enero de 2014



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo principal llegar a conocer todos los procedimientos y estrategias indispensables que se deben seguir para poder poner en marcha un nuevo establecimiento de óptica; y, así mismo, poder evaluar si este proyecto puede ser viable.

Para poder conseguir este objetivo se ha llevado a cabo un proyecto que esta dividido en diferentes temas: jurídico formal, de marketing, de producción, de recursos humanos y de análisis económico financiero. Se ha buscado información de cada área principalmente en páginas web, además; se ha solicitado información a diferentes empresas como ópticas, empresas de fabricación y distribución de productos relacionados con la óptica, empresas dedicadas al diseño de interiores y diferentes organismos jurídicos y administrativos de la ciudad de Barcelona.

Los resultados de esta investigación nos indica que para ejecutar este proyecto en la actualidad primeramente, se debe tener un conocimiento amplio y real sobre sector de la óptica; segundo, se tiene que disponer de un buen plan de proyecto y tercero, el más importante, se debe de iniciar esta actividad siempre y cuando este negocio que se pretende dirigir sea de nuestro agrado.

Finalmente podemos comentar que la situación económica española, en el último trimestre del año 2013 se ha visto mejorada⁶⁷ por lo que se pronostica que en el segundo trimestre del 2014 se comenzará a crear empleo⁵⁴, aportando un aumento de poder adquisitivo para la población, de esta forma; se podría asegurar que los valores reflejados en los análisis económicos y financieros podrían ser posibles. Si esto es así, se podría concluir que nuestro proyecto es viable.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

RESUM

Aquest treball té com a objectiu principal arribar a conèixer tots els procediments i estratègies indispensables que s'han de seguir per poder posar en funcionament un nou establiment d'òptica; i, així mateix, poder avaluar si aquest projecte pot ser viable. Per poder aconseguir aquest objectiu s'ha dut a terme un projecte que s'ha dividit en diferents temes: jurídic formal, de màrqueting, de producció, de recursos humans i d'anàlisi econòmica financera. S'ha buscat informació de cada àrea principalment en pàgines web, a més; s'ha sol·licitat informació a diferents empreses com a òptiques, empreses de fabricació i distribució de productes relacionats amb l'òptica, empreses dedicades al disseny d'interiors i diferents organismes jurídics i administratius de la ciutat de Barcelona.

Els resultats d'aquesta recerca ens indiquen que per executar aquest projecte en l'actualitat, primerament, s'ha de tenir un coneixement ampli i real sobre el sector de l'òptica; segon, s'ha de disposar d'un bon pla de projecte i tercer, el més important, es necessari iniciar aquesta activitat sempre que aquest negoci que es pretén dirigir sigui del nostre grat.

Finalment podem comentar que la situació econòmica espanyola, en l'últim trimestre de l'any 2013 s'ha vist millorada ⁶⁷, pel que es pronostica que en el segon trimestre del 2014 es començarà a crear ocupació ⁵⁴, aportant un augment de poder adquisitiu per a la població i d'aquesta forma, es podrà assegurar que els valors reflectits en les anàlisis econòmiques i financeres seran possibles. Si això és així, es podria concloure que el nostre projecte és viable.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

ABSTRACT

This project has as main goal to reach all necessary procedures and strategies to be followed to start up a new optic store, and the same way, being able to prove if this project can be viable.

To achieve this goal, a project has been carried out, which is divided into different topics: juridical formal, marketing, production, human resources and financial and economic analysis. Information has been sought about each area, mainly on websites; also, information has been requested from different companies such as optics, manufacturing companies and distribution of products related to optics, companies which dedicate to interior design and different juridical and administrative agencies from Barcelona city.

The results of this investigation indicates that to execute this project at present, first of all, it must have a full and real knowledge about the optical area, then, it has to have a good project plan and finally and most important, it has to start only when this business could be of our liking.

Finally, we can state that the Spanish economy, in the last quarter of 2013 has been enhanced⁶⁷, and it makes forecast for the second quarter of 2014, when it will begin to create jobs⁵⁴, providing an increase in purchasing power for the population, in this way, it could assure that reflected values in economic and financial analysis may be possible. If this is like that, one might conclude that our project is viable.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

SUMMARY

This final degree work is based on the elaboration of a plan for the making of an optical business. This business will be an optic and optometry establishment that will be equipped with the necessary tools to allow the optic-optometrists to check the patient and prescribe the better way possible. To take care of that, the installations will be adequate for this purpose and they will be according to the present legislation. Besides, it will be such organized that it will assure the patients their privacy and comfort present in any professional consult.

Taking into account that the visual health is very important for us, due to the main part of the external information is acquired by the sense of eyesight; our enterprise will be dedicated exclusively to take care of the visual health of our customers and its labor will consist mainly on offering products and high quality services related with the optics and optometry.

The making of this work has been described and developed with the finality of being able to know the procedures and strategies necessary that must be followed to get into function a new optic establishment, to check the economic and financial viability of this project and so determine if this project is doable or not.

To make an optic business start plan requires an elaboration of a project where all aspects that have to be present in order to start with a business with these characteristics must be described.

Now, it will be explained in a synthetic way each of the paragraphs in which this work has been divided for a better understanding of itself:



- ❖ The first part consists of the development of the formal juridical planning. In this paragraph it will be specified, in one hand, the choice of the enterprise juridical form in order to give the kind of enterprise that will be, the number of people that will form the society and amount of the social capital. According to this, it has been decided that the enterprise will be a Limited Society of Responsibility, it will be confirmed by four partners and each of the partners will contribute 20.000€ making a total social capital of 80.000€. On the other hand, all administrative and juridical steps needed to start the optic establishment will be detailed; likewise, we will specify the place where you have to request these procedures.

We will detail all the constitutional steps that must be done before the enterprise starts working and we will number the general steps when the enterprise starts making the correspondent activities. With the constitution formalities what we will achieve will be giving a name to our business and be able to enroll our enterprise in Mercantile Register. After having several naming options available to us we opted for that of EagleVision SL, ensuring that this denomination was not used by other entities.

- ❖ In the second section we will discuss marketing plan. This section will describe where the company is located and the reasons that have led us to decide to place the company in the chosen area. Our company will be located in the city of Barcelona, the district of Ciutat Vella, specifically Pelai 48th Street.

We will describe all services to be provided detailing the protocol that will be held in each of them.

It will be an establishment where the following services are offered: optometric examination, contact lens fitting, installation and adjustment of glasses.

Then, we will describe the products that will be provide to our customers by our establishment, describing each brand with its main characteristics (material, design, replacement) for each product. The products offered will be: sunglasses, frames for ophthalmic lenses, reading glasses pre fitted, ophthalmic lenses, contact lens solutions contact lens care, artificial tears, magnifiers, and various accessories.

Also, we will make an analysis of the market where we will investigate the situation where the optical industry is nowadays, focusing on customers we look forward to have and analyzing each of the competitors that are around our establishment.

It is also essential to make an analysis called DAFO, which is a tool to know the real situation in which the company is located and to plan strategies for the future. This resource will have the objective of determining competitive advantage and



thus an analysis will be essential to our company both internally describing the strengths that are a positive aspect that distinguishes the rest of the competition and weaknesses relating to all elements, resources and attitudes that must be taken into account so that they do not negatively affect the proper development of the company as well as externally, studying the opportunities that the positive factors that are generated in the environment and that once may have been identified they could be exploited for the good of the company and finally explain the threats, that are all adverse situations that may adversely affect the project so it will be necessary to design an appropriate strategy to address the situation.

In the same way, in this second paragraph we will determine the selling price of all products considering the retail public selling price that provide the nearby establishments and therefore it will be the competence of our business.

Another important point in this paragraph is the media, which is where we will detail the tools we use to make ourselves known to the public: publicity to be held will be specified and the designs that have been made for publicity (leaflets, brochures, cards) will be displayed, together, we will describe a communication technique: Merchandising, where we will discuss all the activities that we will make in our establishment to the attention of our customers and to increase profitability at the point of sale. Consecutively, we will explain what our company post- sale service and warranty consists of.

To finish this paragraph a sales forecast will be done for the next three years taking into account variations in sales that may occur in different seasons and also taking into account an important factor such as inflation.

- ❖ The next section corresponds to the production. In this section we will talk about basically of the size of the venue and how the different areas (retail, optometry and contact lens cabinet, workshop and small warehouse, toilet area, dressing rooms, storage, offices) will be distributed.

We will also talk about all the technical resources needed to develop the services offered equipment and apparatus necessary for optometry and contact lens consultation, workshop equipment and trimmings, computer products, office supplies, hygiene items, installation and adjustment of Local.

To finish up we will describing each of the suppliers who we have chosen and they will provide us the products and services in order to our company can begin with proper operation.



- ❖ In the fourth point we will talk about the human resource plan. First, we will make a chart of the company putting out all the members of the company and publicizing the lines of authority that applies to every employee in the company.
Second, we will describe each job indicating their respective functions, tasks and responsibilities.
And third, show wages of each employee detailing the workday, the gross wage and Social Security.
- ❖ In the fifth paragraph, we will discuss the economic and financial plan. For ease of understanding we will make a draw for each of the points of this plan.
We start with the picture of investment where the type of investment and its cost is detailed.
Then, we will elaborate a table of income statement for the next three years, where all revenues and costs that the company has to calculate the benefit obtained in each of the years will be displayed.
As following table we have cash budget, where first all receipts and payments by the company each month of the first year will be detailed, and second, another table represents the cash budget for the next 2 years. Thus we can calculate the available balance for each year.
Next, we will make tables of balance sheet. The first will transmit the financial situation of the company before starting to run the business and subsequent three tables will report the financial situation for each year.
To close this section, we will analyze the financial statements by the economic and financial ratios, this will give us an insight into the profitability of the company and also it will provide us information on the ownership structure, funding sources and financial costs.
- ❖ Finally, in the sixth part we will determine the conclusions that are reached after completing this project.

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PLAN JURÍDICO FORMAL	
2.1. FORMA JURÍDICA	6
2.2. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN	6
2.3. TRÁMITES GENERALES	7
3. PLAN DE MARKETING	
3.1. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	9
3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	10
3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO	18
3.3.1. Clientes	18
3.3.2. Clientes potenciales	19
3.3.3. Competidores del sector	19
3.3.4. Análisis DAFO	20
3.3.5. Determinación del precio de venta	22
3.4. COMUNICACIÓN	28
3.4.1. Publicidad	28
3.4.2. Merchandising	29
3.5. SERVICIO DE POST-VENTA Y GARANTÍA	31
3.6. PREVISIÓN DE VENTAS	32
4. PLAN DE PRODUCCIÓN	
4.1. LOCAL DONDE SE UBICARÁ LA EMPRESA	34
4.2. RECURSOS TÉCNICOS NECESARIOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	35
4.2.1. Equipos y aparatos necesarios para la consulta de optometría Y contactología	35
4.2.2. Aparatos y fornituras de taller	35
4.2.3. Equipo informático	36
4.2.4. Productos	36
4.2.5. Material de oficina	36
4.2.6. Elementos de aseo	36
4.2.7. Instalación y adaptación del local	37
4.3. ELECCIÓN DE PROVEEDORES	38
4.3.1. Proveedores de gafas de sol y monturas de graduado	38
4.3.2. Proveedores de lentes oftálmicas	39

4.3.3. Proveedores de lentes de contacto	39
4.3.4. Proveedores de soluciones de mantenimiento de lentes de contacto y lágrima artificial	40
4.3.5. Proveedores de accesorios	40
5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
5.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	41
5.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO	41
5.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PERFILES DE LOS PUESTOS	45
5.4. SELECCIÓN DEL PERSONAL	45
5.5. COSTES SALARIALES.....	46
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	
6.1. INVERSIONES INICIALES	47
6.2. CUENTA DE RESULTADOS PARA LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS	47
6.3. PRESUPUESTO DE TESORERÍA	48
6.4. BALANCE DE SITUACIÓN DE LOS 3 PRIMEROS AÑOS	50
6.5. ANÁLISIS MEDIANTE RATIOS	52
6.5.1. Ratios económicos	52
6.5.2. Ratios financieros	53
7. CONCLUSIONES	54
8. BIBLIOGRAFIA	55
9. ANEXOS	
Anexo 1. Inversión inicial	63
Anexo 2. Cuadro de amortización de préstamo concedido	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Precio de venta al público de gafas de sol	23
Tabla 2.	Precio de venta al público de monturas de graduado	24
Tabla 3.	Precio de venta al público de lentes oftálmicas monofocales de stock ...	24
Tabla 4.	Precio de venta al público de lentes oftálmicas multifocales	25
Tabla 5.	Precio de venta al público de lentes oftálmicas de sol	25
Tabla 6.	Precio de venta al público de lentes de contacto	26
Tabla 7.	Precio de venta al público de soluciones de mantenimiento y lágrima artificial	27
Tabla 8.	Precio de venta al público de lupas	27
Tabla 9.	Precio de venta al público de accesorios	27
Tabla 10.	Previsión de ventas del año 1	32
Tabla 11.	Previsión de ventas para los tres años	33
Tabla 12.	Costes salariales	46
Tabla 13.	Cuadro de inversión	47
Tabla 14.	Cuentas de resultados para los próximos tres años	48
Tabla 15.	Presupuesto de tesorería del año 1	49
Tabla 16.	Presupuesto de tesorería para los próximos tres años	49
Tabla 17.	Balance de situación inicial	50
Tabla 18.	Balance de situación del año 1	51
Tabla 19.	Balance de situación del año 2	51
Tabla 20.	Balance de situación del año 3	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Mapa de la ubicación del establecimiento	9
Figura 2.	Tríptico para la publicidad de la empresa	28
Figura 3.	Tarjeta de visita de la empresa	29
Figura 4.	Plano de la distribución del local	34
Figura 5.	Organigrama de la empresa	41

1. INTRODUCCIÓN

Cuando estaba finalizando el segundo año de esta carrera llegó el momento en el que debía plantearme un tema para mi Trabajo Final de Grado. Es entonces donde comienzo a reflexionar sobre diversos temas que me gustaría desarrollar teniendo siempre como primera opción alguno relacionado con empresas, puesto que; en un futuro podría aprovechar la realización de este trabajo como una base para una posible apertura de un negocio de estas características en mi país de origen, así; persiguiendo este propósito es como finalmente me decanto por la elección de este trabajo: Creación de un negocio de óptica, para posteriormente llevar a cabo su desarrollo.

La salud visual comprende uno de los factores mas importantes para el desarrollo de las actividades que realizamos en el día a día ya que mediante la vista podemos obtener la mayor parte de información que nos rodea.

Se estima que en España un 50,6% de la población utiliza algún tipo de sistema de corrección visual (gafas, lentes de contacto o ambas cosas); estos datos reflejan que los problemas visuales han aumentado respecto a las estadísticas de los últimos cinco años en donde se evalúa que era de un 40%, además se estima que un 6% de la población no utiliza ningún sistema compensatorio cuando en realidad lo necesita.⁵⁰

En el presente proyecto se va a mostrar toda la información que se necesita para llevar a cabo la creación de un establecimiento de óptica y para ello se va a investigar diferentes áreas: jurídicas para determinar todos los trámites que se deben realizar antes, durante y después de la creación de nuestro establecimiento; de marketing para describir los productos y servicios que se ofrecerán, estudiar el mercado del sector óptico, localizar la empresa y dar a conocerla; de producción para establecer el material necesario que nos permita ofrecer nuestros servicios, de recursos humanos para determinar el personal que trabajará en la empresa y de finanzas para analizar la viabilidad económica y financiera del proyecto. Cada uno de estos apartados se analizarán con la única finalidad de tener conocimientos fundamentales que se requieren para poder encaminar correctamente este proyecto.

2. PLAN JURÍDICO FORMAL

2.1. Forma jurídica

Para la elección de la forma jurídica mas apropiada debemos de tener en cuenta los siguientes factores:

- ❖ Responsabilidad: Será Limitada
- ❖ Número de socios: 4
- ❖ Cuantía de capital social: 80.000€

Teniendo en cuenta estos tres factores nuestra empresa será una **Sociedad de Responsabilidad Limitada**.

Un Sociedad de Responsabilidad Limitada es una sociedad de carácter mercantil en la que el capital social estará dividido entre las participaciones sociales, indivisibles y acumulables, se integrará por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

2.2. Trámites para la constitución

Una vez definida la forma jurídica de nuestra empresa proseguiremos a realizar el procesos de constitución necesarios.

- ❖ **Certificación negativa del nombre:** Este trámite lo realizaremos en el Registro Mercantil Central. Se trata de un certificado que nos acredita de la no existencia de otra Sociedad con el mismo nombre de la que se pretende constituir. Para esto, se debe rellenar un formulario oficial normalizado, en donde se indica el nombre elegido hasta un máximo de tres y, además; se ha de indicar a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. La reserva de la denominación la debe realizar uno de los socios y se mantendrá durante un periodo de seis meses, el certificado caduca a los tres meses. Este requisito es indispensable para el otorgamiento de la Escritura Pública.
- ❖ **Escritura Pública:** Esta gestión se realiza obligatoriamente ante Notario, en donde se llevará a cabo un acto por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de Constitución de la Sociedad. Los documentos a presentar son: Certificación negativa del nombre, Estatutos sociales y Acreditación de desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria). La escritura publica deberá presentarse a inscripción en el Registro Mercantil.
- ❖ **Número de Identificación Fiscal (NIF):** Éste será la identificación de la Sociedad a efectos fiscales, se la solicita en la Administración de la Agencia Tributaria. Para obtener la tarjeta provisional del NIF, que será válido por seis meses, se deberá

presentar un impreso modelo 036 debidamente cumplimentado, fotocopia de la Escritura de Constitución de la Sociedad y fotocopia de D.N.I. del firmante de la solicitud que deberá ser cargo representativo de la Sociedad. Después de los seis meses se recogerá la tarjeta definitiva se presentara el resguardo del modelo 036, original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil y fotocopia de la hoja de inscripción.

- ❖ **Impuestos sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados:** En nuestro caso nos correspondería pagar el impuesto sobre actos jurídicos, ya que; este impuesto es el que recae sobre el solicitante de documentos notariales. Se presenta la liquidación y se realiza el pago en las Conserjería de Hacienda de la Comunidad Autónoma de Cataluña. La documentación necesaria a aportar es: Impreso para la liquidación modelo 600 facilitado por la Conserjería de Hacienda, primera copia y copia de la escritura de constitución de la sociedad, documento de identidad del representante legal de la empresa y NIF de la sociedad. El plazo para la liquidación es de 30 días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura publica ante el notario.
- ❖ **Inscripción de la empresa:** Se efectuará en el Registro Mercantil. Cuando se ha concedido de Escritura Pública de constitución se procede a la inscripción de la Sociedad, en este momento adquirirá plena capacidad jurídica. Se deberá facilitar los siguientes documentos: Escritura Pública de constitución de la Sociedad, fotocopia del Número de Identificación Fiscal (NIF), liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (impreso modelo 600 cumplimentado).

2.3. Trámites generales

Para la puesta en marcha de nuestra empresa tendremos que hacer una serie de tramites ante diferentes organismos oficiales.

2.3.1. Oficina de Gestión Empresarial: En esta oficina solicitaremos la autorización de apertura y funcionamiento.

2.3.2. Agencia Tributaria (AEAT): en este organismo realizaremos los siguientes tramites:

2.3.2.1. Alta en el Censo de empresarios

2.3.2.2. Impuesto sobre Actividades Económicas

2.3.3. Tesorería territorial de la Seguridad Social: Realizaremos las siguientes gestiones:

2.3.3.1. Afiliación y número de la Seguridad Social

2.3.3.2. Alta en el Régimen de la Seguridad Social

2.3.3.3. Inscripción de la empresa, afiliación y alta de los trabajadores en el régimen general de la Seguridad Social – Trámites para el caso de contratación de trabajadores

2.3.4. Ayuntamiento: Aquí solicitaremos:

2.3.4.1. Alta en el impuesto sobre bienes inmuebles.

2.3.4.2. Licencia de actividad ⁴⁰

2.3.5. Inspección Provincial de Trabajo: Obtendremos el calendario laboral.

2.3.6. Agencia Española de Protección de Datos

2.3.6.1. Registro de ficheros de carácter personal ²⁶.

3. PLAN DE MARKETING

3.1. Localización de la empresa

Primero que nada se ha de decidir en qué ciudad se va a instalar el nuevo negocio. Considero que Barcelona sería una buena elección.

Cabe destacar que cuenta con una gran afluencia de turismo y además con 1.620.943 de habitantes en la ciudad, esto de entrada es un estímulo positivo que revela una inversión favorecedora ⁴⁹.

La ciudad cuenta con 10 distritos y cada uno de ellos tiene sus respectivos barrios. El distrito de Ciutat Vella ha sido el seleccionado, concretamente el barrio El Raval, aquí es donde se encuentra la Calle Pelai, 48²; en donde he decidido ubicar el nuevo negocio.

Tres son las razones que me han impulsado a poner el negocio en esta localidad. La primera es la gran visita de turistas al centro histórico, la segunda, es que en este distrito se concentra gran cantidad de comercio de toda índole y la tercera es que en este barrio los negocios de este tipo no son abundantes, como lo muestra la siguiente figura, en donde los puntos rojos indican los negocios de ópticas existentes y el punto verde la ubicación de nuestro establecimiento.

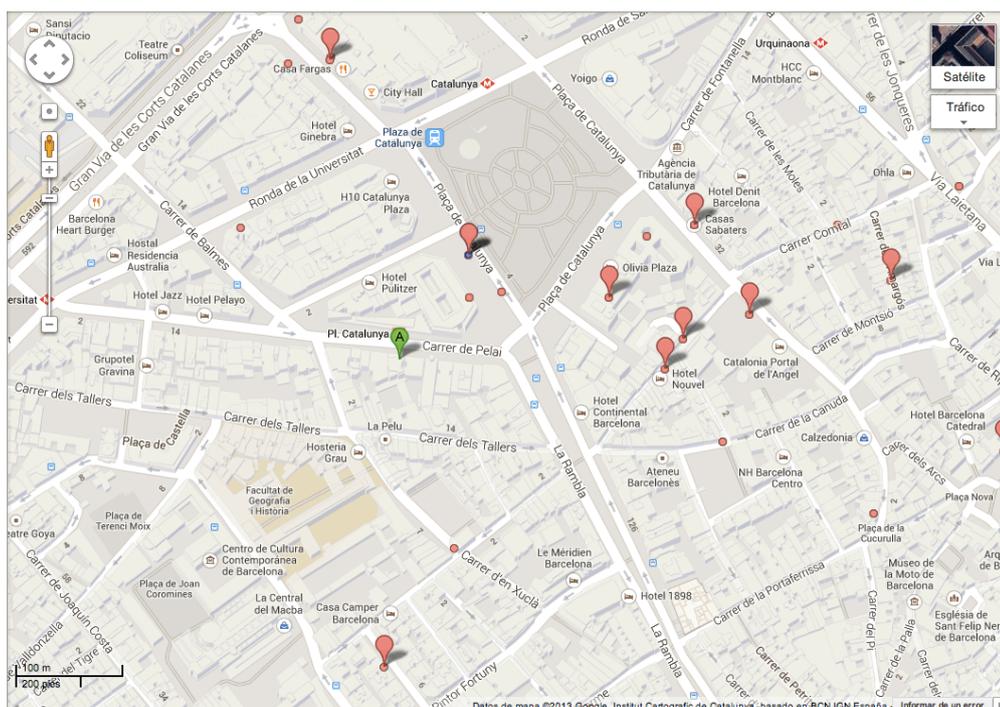


Figura 1: Mapa de la ubicación del establecimiento.

3.2. Descripción de los productos y servicios

El éxito de un negocio se basa en ofrecer al cliente un trato personalizado y productos de buena calidad de acuerdo a las necesidades que presente.

Nuestro establecimiento ofrecerá los siguientes productos y servicios:

❖ **Servicios**

- **Examen optométrico:** Dentro de este examen se realizarán las pruebas mas comunes para detectar problemas visuales, además; en esta apartado se incluye la explicación del problema visual encontrado y los diferentes tratamientos que dispone para su respectiva corrección y su posterior seguimiento si lo requiere. Los siguientes son los exámenes que se realizarían:
 - Error refractivo con el autorefractómetro para tener una orientación del problema visual del cliente y así facilitar el examen de la retinoscopia.
 - Agudeza visual con la corrección habitual si la tiene, tanto en visión de lejos como en visión de cerca según la edad del cliente.
 - Retinoscopia
 - Examen subjetivo
 - Adición si requiere
 - Toma de la presión intraocular a personas mayores de 40 años
 - Si presenta problemas de disfunciones acomodativas o binoculares se procedería a la realización de exámenes complementarios (Cover test, punto próximo de convergencia: PPC, punto próximo de acomodación: PPA, Maddox vertical, entre otros)
- **Adaptación de lentes de contacto:** Se realizará una previa anamnesis para poder conocer las necesidades de nuestro cliente y poder aconsejarle la mejor opción. Se debe explicar los diferentes tipos de materiales de lentes de contacto, el tipo de uso, reemplazo, soluciones de mantenimiento; cada aspecto con sus ventajas y desventajas, Una vez sabemos que tipo de lentes quiere el cliente procederíamos a realizar los siguientes exámenes:
 - Retinoscopia y examen subjetivo: Así sabremos el error refractivo que se debe corregir.
 - Conversión de la graduación de gafas a lentes de contacto: Cuando el valor de la refracción sea mayor de +/- 4.00 Dioptrías se ha de realizar una conversión.
 - Evaluación biomicroscópica del segmento anterior del ojo: Observaremos que se éste se encuentre dentro de la normalidad, así también la evaluación de la película lagrimal ya que de esto también dependería el tipo de material de la lente de contacto.

- Queratometría y medida de parámetros oculares: Aunque en la actualidad los radios y diámetros de la mayoría de lentes de contacto son valores estándares es importante medirlo por si las lentes de contacto que usamos normalmente no son las adecuadas y por tanto tendríamos que buscar un tipo de lentes de contacto con parámetros especiales.
- Adaptación de la lente de contacto: Aquí que se le enseñará al cliente como colocar y retirar la lente de contacto y el mantenimiento si lo requiere. Se le toma la agudeza visual y también se le da un periodo de adaptación, si el cliente se siente cómodo y la visión es buena esta adaptación se da por terminada, pero si no lo es tendríamos que buscar otras opciones.
- Revisiones posteriores: Se debe aconsejar que cada cierto tiempo es recomendable que se realice un examen para ver que todo marcha bien.
- **Montaje y adaptación de gafas:** Las lentes oftálmicas nos llegan a la tienda por lo que tendremos que adaptar en las monturas correspondientes.
- Además podremos realizar servicio de mantenimiento de monturas (plaquetas, varilla, tornillos).

❖ Productos

- **Gafas de sol:** la variedad de marcas y modelos en este aspecto será mayoritario. Trabajaremos con las siguientes marcas:
 - Arnette: Esta marca nació en los comienzos de la década de 1990. Es una de las marcas en gafas de sol preferidas por los amantes de los deportes urbanos y extremos debido a sus estilos innovadores, sus monturas envolventes y su ligereza. Son gafas de sol mayoritariamente de acetato, muy cómodas y de grandes prestaciones en condiciones extremas ^{4, 42, 77}.
 - Donna Karan New York: Esta marca que emergió en 1984 se especializa en gafas para mujer, aunque algunos modelos son unisex. Su tamaño y forma es su marca registrada. Monturas de líneas muy perfeccionadas pero rotundamente contemporáneas, colores clásicos y muy deseables a la vez, ligereza, alta calidad y el indiscutible signo de lujo hacen que sea una marca con la que muchos se ven identificados ^{35,73}.
 - Emporio Armani: Esta marca fue creada en el año 1975, desde entonces siempre ha logrado ser una línea de éxito. Son gafas exclusivas para hombre, un modelo clásico, minimalista, sexy, elegante y sencillo son los adjetivos que definirían el estilo de esta marca ^{16, 63}.
 - Killer Loop: Es una marca que nació en 1989. Combinan las últimas tendencias con una gran calidad y al mismo tiempo ofrecen comodidad y lo

mejor en visión óptica. Se presentan tanto en gafas con montura metálica como en acetato y con sus pequeños detalles que son los que crean elegancia. Su forma en la gran mayoría ovalada y su tamaño pequeño resulta ser una gafa muy cómoda para el usuario ³⁶.

- Oakley: La marca norteamericana especializada en la fabricación y el diseño de gafas de alta resistencia para deportistas exigentes. Es innovadora en sus orígenes y utiliza tecnología de última generación para sacar al mercado materiales ultra-ligeros de alta resistencia y comodidad ⁶¹.
- Polo Ralph Lauren: Surgió en el año 2006 y están destinadas para el sexo masculino. Todas las gafas llevan el logo de la marca, un jugador de polo o la palabra "Polo". Sus monturas compuestas de materiales como el acetato, metal o el titanio y disponibles en tonos oscuros, la mayoría.
- Prada Línea Rossa: La marca italiana es una de las favoritas de las estrellas. Sinónimo de lujo y personalidad, en sus modelos destilan elegancia y exclusividad. Se presentan tanto en material acetato como en metal y en una gran gama de colores ⁵⁷.
- Ralph: Es una línea joven que se creó en 1999, pensada exclusivamente para la mujer. Sus diseños tanto en metal como en pasta renuncian a los excesos destacando por su combinación cromática.
- Ray – Ban: Fundada en 1937 por Baush & Lomb y usadas por primera vez por el Cuerpo Aéreo del Ejército de los Estados Unidos, la típica gafas de sol de esta marca es archiconocida por sus legendarios modelos Aviator y Wayfarer. Materiales como el acetato, el metal y el titanio son de los que están hechas estas gafas, todas con la máxima calidad y con la tecnología mas puntera del mercado ⁸².
 - * Ray-Ban Junior: Los modelos clásicos, de pantalla grande, forma redondeada, colores llamativos, son las características que esta línea ofrece para los mas pequeños de casa, siempre guardando la calidad excelente de sus cristales para una máxima protección.
- Versace: Esta línea nació por los años 1978. Tanto para mujer como para hombre, las gafas se caracterizan por ser sencillas pero a la vez elegantes. Colores vivos y tamaños grandes, en acetato o metal siempre serán un buen complemento para llevar ⁸³.
- Vogue: Ofrece una gran variedad de formas, colores y tamaños de las gafas. En metal o en acetato y con su logo en las varillas resulta ser un complemento ideal ³⁷.

- Persol: Esta marca nació en 1917. Empezó diseñando gafas para pilotos y conductores de coches deportivos. Gafas valoradas por su comodidad, protección y por su excelente visibilidad. Sus cristales protectores de primera clase, sus pequeños detalles brillantes y sus monturas ligeras garantizan una gran comodidad y máxima protección contra el sol ¹².
- Carrera: La marca apareció en el año 1956. Utiliza materiales como el optyl y la fibra de carbono que son mas ligeros, resistentes y de fácil adaptación a la anatomía facial del cliente. Son gafas deportivas y casuales, tanto para hombre como para mujer ⁶⁹.
 - * Carrera Junior: Entrega unas gafas con mucha tendencia y fama. Modelos extrovertidos, deportivos o mas casuales son las que da a conocer para que los niños luzcan unas gafas de buena calidad ³⁹.
- Chanel: Fundada en 1914, esta marca presenta una gran variedad de estilos y diseños siempre muy femeninos. Por lo general suelen ser gafas de medida grande, en acetato o metal y según el diseño acompañadas de pequeños complementos de lujo como perlas o cabujones ^{18, 34}.
- Dolce & Gabbana: Fundada por los años 1985. Combinan un look juvenil y deportivo con elegancia italiana. Colores atrevidos, formas poco comunes y su gran logo de la marca caracterizan a la marca ^{56, 81}.
- Dior: Nacida en los últimos años 40, su creador quiso recobrar el lujo en el diseño de la moda y la elevación de la belleza y la elegancia femenina. Monturas de acetato, de metal y con distintos colores, motivos y estampados vistosos y originales hacen una distinción entre el resto de marcas. Artículos diferenciados y clásicos, con una decoración innovadora, elegante, acabados brillantes y grandes monturas hacen que su prestigio y estatus estén por lo alto ¹⁰.
- Gucci: Sus colecciones son sinónimo de elegancia, lujo y exclusividad. Son de tamaño pronunciado, en acetato o en metal y con una gran variedad de colores, complementos y combinaciones que forman unos modelos lujosos y extravagantes ¹¹.
 - * Gucci Junior: Gafas de colores fuertes o mas suaves, de metal o de acetato, líneas redondeadas o mas clásicas y como siempre el logo de esta marca bien resaltado, es lo que propone esta marca para los niños.
- Hugo Boss: Marca caracterizada por su versatilidad, en acetato o en metal; estas gafas se adaptan a unos estilos sobrios o deportivos ⁷⁹.
- Loewe: Fundada en 1846 ⁵¹, la marca ofrece una variedad de estilos y diseños. Sus monturas son grandes en acetato o metal, distintos colores y

estampados; siempre cuidando de los pequeños detalles de lujo en las varillas ²³.

- Tous: La marca nace en 1920, ofreciendo monturas femeninas de acetato o metálicas, de diferentes formas y tamaños, decoradas con motivos especiales como el print leopardo o con incrustaciones de pedrería y motivos brillantes; sin olvidar el logo que identifica la marca ⁶⁰.

- **Monturas para lentes oftálmicas:** se trabajara con las siguientes marcas que servirán para la adaptación de lentes oftálmicas tanto monofocales, bifocales o progresivas.
 - Arnette: Sus modelos son ideales para conseguir un modelos deportivo en el día a día. En cuanto a materiales pueden ser metálicas o de acetato, y además de montura completa o media montura.
 - Killer Loop Eyewear: Monturas tanto en acetato como en metal, presentándose en diversas formas, tamaños y una gran variedad de colores.
 - Donna Karan New York: Estas monturas son sinónimo de elegancia. Las formas bien finas y definidas están presentes en los modelos. Las gafas graduadas con montura completa están fabricadas en metal o en montura de pasta, presentando una gran gama de colores ⁵⁸.
 - Emporio Armani: De estilo informal pero sin descuidar la elegancia y el efecto sorpresa caracterizan todas sus creaciones. Los modelos para mujer se distinguen por el ligero toque masculino. En los modelos son típicos las líneas claras y nítidas combinadas con al elegancia, además los pequeños detalles se fusionan con formas geométricas para generar sorprendentes e inconfundibles combinaciones ⁵⁹.
 - Luxottica Lx: Fundada a principios de los 60. Esta empresa ofrece gafas de graduado en metal y en acetato en diferentes tamaños, colores y modelos.
 - Polo Ralph Lauren: Ofrece modelos clásicos que nunca pasan de moda, en materiales como el acetato o metal, siempre guardando la elegancia ⁹.
 - Prada Linea Rossa: Ofrece gafas femeninas con modelos clásicos, formas cuadradas, ovaladas, monturas llamativas y colores de moda adaptados tanto en materiales de acetato como en metal.
 - Ralph: Esta línea joven, presenta monturas de metal y de pasta en una gran variedad de colores que aportan personalidad con toques elegantes y sofisticados, los colores pasteles en el interior de la montura suavizan la imagen y la hace mas original ⁸⁰.

- Ray-Ban: Dirigidas a un amplio público ya que presenta monturas en metal, acetato o titanio monocromático o de dos colores, con diversas formas y tamaños.
 - * Ray-Ban Junior: Al igual que las gafas para adultos, para los más pequeños ofrece una colección de gafas de diversos modelos y tamaños tanto en acetato como en metal.
 - Sferoflex: Presenta monturas en su mayoría en metal pero también en acetato.
 - Versace: Con diseños florales y de glamour femenino esta marca garantiza una expresión de elegancia y estilo. Proporciona monturas en metal o en acetato, diseños en diversas formas, tamaños y colores, y pequeños acabados de lujo ³⁸.
 - Vogue: Presenta modelos juveniles en acetato o metal y con una gran variedad de colores y formas de la montura
-
- **Gafas de lectura pre graduadas**: Diseñadas para la compensación de la presbicia o vista cansada. Son gafas que presentan la misma graduación en ambos ojos y no están personalizadas para cada cliente por eso son una opción para ser utilizadas de forma ocasional ^{20, 62}.
 - **Lentes oftálmicas**: Es un medio refractante limitado por dos superficies. Las características ópticas de la lente vienen determinadas tanto por la geometría de dichas superficies como por la naturaleza óptica de dicho medio ¹³.
 - Tipo de lente:
 - Monofocales : Presentan una única graduación en toda la superficie de la lente.
 - Multifocales: Disponen de diferentes graduaciones en la superficie de la lente que deberá de ser enfocada a unas distancias concretas, así podemos encontrar:
 - Bifocales: Poseen dos zonas de visión, una para la visión de lejos y otra para la de cerca.
 - Progresivas: Actualmente con el desarrollo tecnológico la mayoría de personas se decanta por este tipo de lentes. Ofrece una visión nítida a diferentes distancias: visión de lejos, intermedia y de cerca; cada zona posee graduaciones diferentes que varían de forma gradual.

- Tipo de material:
 - Orgánico: Actualmente es el mas utilizado. Son muy resistentes a los impactos, ligeros y cómodos.
 - Policarbonato: Es un material mucho mas resistente que el anterior, además mucho mas ligero pero con la desventaja de que se ralla con mas facilidad.
 - Mineral: Es el menos utilizado. Presenta una mayor resistencia a las ralladuras en superficie, permite reducciones mayores, pero el riesgo de rotura y el peso es mayor comparado con los anteriores.

- **Lentes de contacto:**
 - Según el material:
 - Hidrogel convencional: Estas lentes están hidratadas, es decir el agua forma parte de su composición y esto determinará la permeabilidad al oxígeno
 - Hidrogel de silicona: Material nuevo donde la permeabilidad al oxígeno aumenta mientras que el contenido en agua disminuye, esto hace que la lente sea mucho mas cómoda y se mantenga hidratada por mas tiempo.
 - Según el tipo de reemplazo:
 - Diarias: Son lentes desechables, se usan una vez y después del uso se las deshecha. Dirigidas a personas que les darán un uso ocasional.
 - Mensual: Este tipo de lentes tienen una duración de 30 días. Se usan con un máximo de tiempo de 8 horas por día. Para este tipo de lentes de contacto se ha de llevar un mantenimiento específico. Recomendado para personas que usan frecuentemente estas lentes.
 - Según el diseño
 - Esféricas: Corrigen ametropías como hipermetropía y miopía.
 - Tóricas: Indicadas para corregir astigmatismos.
 - Progresivas: Diseñadas el tratamiento de la presbicia ya que su diseño permite la corrección tanto en visión de lejos como en visión de cerca.
 - Cosméticas: Son lentillas con fines estéticos⁷⁰.

- **Soluciones de mantenimiento de lentes de contacto:** Este producto va destinado a los usuarios de lentes de contacto mensuales. La limpieza de las lentes de contacto se ha de realizar para que la comodidad, la buena visión y la seguridad en el uso de éstas este garantizado. El sistema de mantenimiento

que se debe utilizar dependerá de la frecuencia de uso y el reemplazo de las lentes de contacto, así también dependerá de las condiciones oculares del usuario. Actualmente las lentes mas utilizadas son las blandas, para éstas lo que se recomienda es el uso de una solución salina que sus funciones son las de remover la mayor parte de materia extraña adherida (superficial): restos celulares, mucosidad, lípidos, proteínas, cosméticos; y además la mayor parte de microorganismos: *acanthamoeba*. Además también se debe cuidar el estuche cambiando de liquido para evitar la formación de biopelículas (pseudomonas). Así podemos describir algunos de los productos para el cuidado y mantenimiento de las lentes de contacto:

- Biotrue™: Esta solución única está formulada para funcionar de forma mas natural, ya que utiliza un lubricante que se encuentra en los ojos, coincide con el pH de la lagrima y mantiene activas ciertas proteínas beneficiosas de la lagrima ¹⁴.
- Solución única ReNu Multiplus™: Es una solución que limpia, enjuaga, desinfecta y protege las lentes de contacto blandas.
- All Clean Soft: Es una solución única para todo tipo de lentes de contacto blandas ⁷.

- **Lágrimas artificiales:** Recomendado para usuarios con problemas de lagrima.
 - Lacrifresh Confort: Es una solución lubricantes que alivia y refresca los ojos de forma inmediata ⁸.

- **Lupas:** Es una lente biconvexa que permite observar objetos de tamaño reducido de forma nítida y sin distorsiones.
 - Ofreceremos lupas con aumento de 3.5x y de 5x.

- **Accesorios**
 - Fundas de graduado y de sol
 - Cordón
 - Limpiadores de lentes oftálmicas
 - Gamuzas

3.3. Análisis del mercado

En este apartado analizaremos varios factores que aportan información sobre el mercado.

Las expectativas respecto a los resultados económicos del sector de la óptica y la optometría en los últimos años ha sido positivo ya que el mercado había crecido. Estos resultados han sido desiguales a lo largo de estos años por lo que para el presente año se espera con optimismo que el mercado siga contando con unos resultados positivos.

Las ventas indican que lo más destacable dentro del sector fue la demanda de monturas de receta que ayudaron al aumento de la facturación.

Las lentes oftálmicas se mantienen en un punto neutro de facturación, diferenciando la minoría de ventas de vidrio mineral, mientras que el material orgánico lidera el mercado. En cuanto al tipo de lente oftálmica, las que ganan terreno son las lentes progresivas frente a las monofocales.

Por su parte, la venta de las gafas de sol mostró un bajo incremento.

Dentro del sector de la contactología las lentes de contacto de hidrogel de silicona tienen la cara positiva mientras que las soluciones de mantenimiento de éstas es la cara negativa de la facturación.

Por otro lado, según estudios realizados se estima que un 45% de la población española tiene problemas de visión y utiliza corrección óptica.

Actualmente el uso de gafas de sol se ha convertido en un complemento de moda. En cuanto, a las lentes de contacto los clientes prefieren usar las desechables ya que no requieren un mantenimiento diario, esto quiere decir que visitarán con mayor frecuencia nuestra óptica.

También se ha de recalcar que el aumento de consumo ha hecho que los establecimientos de óptica aumenten de número, y con esto la competencia entre ellos.

3.3.1. Clientes

Los problemas de visión no tienen distinción alguna por lo que en un primer plano no habría una distinción entre un tipo de clientes.

Los clientes pueden ser desde niños, jóvenes, adultos, personas de la tercera edad, pero hay que remarcar que desde las personas adultas en adelante serán los clientes que más visitarán la tienda, debido a que con el avance de la edad los problemas de visión son más acentuados, especialmente la vista cansada o presbicia.

En cuanto a los jóvenes y adultos, el consumo de lentes de contacto también será notorio, así como también las gafas de sol.

En los niños la mayor demanda será la de gafas de prescripción ya que a edades infantiles la hipermetropía es un defecto muy frecuente.

3.3.2. Clientes potenciales

Según los estudios realizados por parte del departamento de Investigación de la Universitat Autònoma de Barcelona: Índice UAB de Actividad Turística, señaló que a lo largo de este año se espera que lleguen unos 15,7 millones de turistas a Cataluña. En Barcelona particularmente, en el 2012 unos 7,4 millones de turistas visitaron la capital catalana, y este año el presidente de Turisme de Barcelona, Joan Gaspart, ha previsto que el número de turistas se parecerá al del año pasado o incluso puede que sea mejor, por este motivo en donde la mayoría de personas que se movilizan por el centro de Barcelona en todo el año corresponden a los turistas, éstos serían los clientes que mas visitarían la tienda ³⁰.

3.3.3. Competidores del sector

Este apartado hace referencia a los establecimientos de óptica que están cercanos a nuestro local y que suponen una competencia frente a nosotros.

A medida que haya mas locales de óptica, disminuya la demanda y los precios bajen la competencia aumentará.

Analizar los comercios cercanos nos permite planificar estrategias para poder mejorar la competencia en el sector.

Actualmente el sector de la óptica ha desarrollado un proceso de magnificación de las empresas que se ocupan en este tipo de comercio, por lo que el comercio independiente cada vez resulta mas difícil que sea rentable.

Mirando nuestra situación describiremos los siguientes competidores cercanos:

❖ Óptica Mas Visión

Su origen se sitúa en Gandía (Valencia), cuando en 1994 se crea la asociación de ópticos locales bajo el nombre de Ópticas Locales. Dos años más tarde y para favorecer el crecimiento por España, la empresa pasa a llamarse Más Visión. En 2008, el grupo pasa a formar parte de GrandVision, propiedad de la compañía holandesa HAL Investments, hoy su único propietario. Mas Visión, compañía presidida por Joost van Rens, tiene como reto convertirse en el referente español del sector de la óptica con su concepto de negocio.

Cuenta con un total de 84 establecimientos de óptica.

Mas Visión es una cadena óptica nacional con un concepto especializado en establecimientos donde el cliente elige lo que necesita a través de packs de precio que incorporan montura y cristales, con independencia de la graduación.

Actualmente cuenta con la campaña: “*No hace falta ser rico para ver bien*”, que consiste en ofrecer el 2º par de gafas a 1€.

❖ **Alain Afflelou**

Cuenta con un total de 272 establecimientos de ópticas en España, Alain Afflelou Ópticos se posiciona como la primera Franquicia de óptica en el mercado español y europeo; una posición que ya mantiene en 10 países y tres continentes con más de 1.000 establecimientos abiertos.

A mediados del año 2003, ALAIN AFFLELOU llegó a España y, desde entonces, la compañía ha experimentado un constante crecimiento, que se demuestra con un ritmo de aperturas de una óptica cada dos semanas en el último año, a pesar de la actual coyuntura económica.

La clave del éxito está en ofrecer a los consumidores productos y soluciones innovadoras que se adapten a las necesidades del actual estilo de vida.

La estrategia de la compañía, basada en una política comercial intensiva, ha contribuido en gran medida a que ALAIN AFFLELOU sea en la actualidad la primera franquicia óptica en Europa.

Actualmente esta compañía cuenta con la campaña promocional “*Tchin Tchin*”, donde ofrecen el 2º y el 3º par de gafas por 1€ más.

❖ **Óptica 2000**

Nace en Barcelona en 1976 con el claro objetivo de ofrecer a sus clientes la máxima calidad óptica en las marcas líderes del mercado y el servicio más profesional a su alcance. Actualmente forma parte del grupo de empresas El Corte Inglés con más de 100 puntos de venta. Además de ofrecer una atención personalizada en atención optométrica, adaptación de lentes de contacto, y venta de productos, incorpora la *Terapia Visual* en 40 centros de toda España, apostando por la especialización y el cuidado de sus clientes ⁷⁸.

3.3.4. Análisis DAFO

Analizaremos nuestra empresa para poder obtener un diagnóstico sobre sus fortalezas y debilidades. Las debilidades son las que deberemos corregir para evitar que nuestra empresa tenga problemas graves que puedan dificultar su desarrollo. Las fortalezas serán aquellos puntos positivos que nos ayudarán a afrontar con mejores posibilidades el futuro. A nivel externo identificaremos las amenazas que constituyen un peligro con el que debemos afrontar aprovechando las oportunidades que nuestra empresa posee. A continuación analizaremos los siguientes aspectos:

❖ **Debilidades**

Competir con los precios de establecimientos de óptica cercanos

Gran dificultad de fidelizar a los clientes ya que la gran competencia que hay alrededor de nuestro establecimiento es de grandes empresas del sector óptico, lo que resultará complicado traer clientes y mantenerlos siempre fieles, además en la localización del local nuestros clientes potenciales son los turistas por lo que la fidelización resulta verdaderamente complicada.

Al ser una empresa nueva y que además no forma parte de una gran cadena de ópticas, los clientes podrían poner en duda la calidad y el buen servicio que podemos ofrecer, por lo tanto tendremos que invertir en mucha publicidad para darnos a conocer con la mayor rapidez posible.

Con que es un nuevo negocio el personal que empezará a trabajar que no tiene experiencia en este sector, probablemente no desarrollarán una buena atención a los clientes en los primeros días de apertura.

❖ **Amenazas**

En la actualidad la crisis económica es la mayor amenaza con la que nos encontraremos. Aunque las revisiones optométricas serán gratuitas, los clientes tratan de gastar menos por lo que hacen un uso mas prolongado de sus lentes.

Existe una gran cantidad de establecimientos de óptica por lo que cada vez es mas difícil tener una buena cantidad de clientes.

La imagen que tienen las personas al deducir que todos los establecimientos de óptica su misión es solamente comercial cuando en realidad es la del cuidado de la visión.

La cirugía laser también resulta ser una amenaza ya que estas operaciones oculares corrigen los problemas visuales y por consiguiente perdiendo un cliente.

Las ventas por internet también son una fuerte amenaza ya que ofrecen precios inferiores de productos ópticos y que muchas de las personas prefieren adquirirlos por este medio.

La venta de productos optométricos, específicamente gafas de sol que se venden en establecimientos que no son una óptica y que no garantiza una buena protección, al adquirirla por un menor precio los clientes se decantan por estas compras.

❖ **Fortaleza**

Atención personalizada hacia el cliente en todo momento, así como también la realización de un examen optométrico completo a todos los clientes que lo requieran.

Al ser un negocio de nueva apertura, la simple curiosidad por parte de las personas será aprovechada para captar la mayor cantidad de clientes.

Ofreceremos una gran cantidad de productos los cuales se irán actualizando de acuerdo a la moda y gustos que exija el cliente.

Nuestros trabajadores estarán en una continua formación profesional para estar al tanto de nuevas técnicas, tratamientos, etc., y poder dar un servicio de buena calidad.

La posesión de instrumentos y aparatos que se utilizarán para el desarrollo de la optometría y taller son de muy buena calidad y precisión.

❖ Oportunidades

A nivel general el sector óptico español en comparación con otros países europeos no es negativo ya que refiriéndonos a la venta de lentes de contacto ocupa el tercer lugar, lentes oftálmicas ocupa el cuarto lugar, respecto a monturas ocupa también el cuarto lugar y la venta de gafas de sol ocupa el segundo lugar. Como se puede ver el mercado óptico español es muy positivo.

La utilización de dispositivos que se observan a pequeñas distancias así como también la mayor cantidad de personas mayores y además la estética juegan un papel muy importante ya que ha hecho que aumente la demanda de uso de gafas de prescripción.

La imposición de la nueva moda de llevar gafas sin que se las necesite ha aumentado ya que hay muchas personas que las requieren con lentes oftálmicas neutras y monturas de distintos modelos, ya que se han convertido en un complemento mas de moda.

3.3.5. Determinación del precio de venta

❖ Gafas de sol y graduado

Los precios que se reflejan en la siguiente tabla son aproximaciones ya que depende del modelo o el tamaño de la gafa.

COLECCIÓN DE GAFAS DE SOL	
MARCA	PVP (IVA incl.)
Arnette	Entre 61 y 89
Donna Karan New York	Entre 79 y 106
Emporio Armani	Entre 120 y 161
Killer Loop	Entre 69 y 84
Oakley	Entre 89 y 239
Ralph Lauren	Entre 124 y 306

Prada Linea Rossa	Entre 161 y 250
Ralph	Entre 90 y 108
Ray-Ban	Entre 109 y 199
Versace	Entre 175 y 259
Vogue	Entre 87 y 136
Persol	Entre 139 y 229
Carrera	Entre 90 y 129
Chanel	Entre 211 y 588
Dolce & Habana	Entre 120 y 150
Dior	Entre 195 y 265
Gucci	Entre 175 y 320
Hugo Boss	Entre 139 y 190
Loewe	Entre 155 y 201
Tous	Entre 99 y 153
COLECCIÓN DE GAFAS DE SOL NIÑO	
Ray-Ban	Entre 59 y 69
Carrera	Entre 59 y 75
Gucci	Entre 110 y 130

Tabla 1: Precio de venta al público de gafas de sol.

Así mismo las monturas para gafas de graduado, su precio variará dependiendo del modelo.

COLECCIÓN DE MONTURAS DE GRADUADO	
MARCA	PVP (IVA incl.)
Arnette	Entre 95 y 111
Donna Karan New York	Entre 159 y 216
Emporio Armani	Entre 111 y 151
Killer Loop Eyewear	Entre 71 y 76
Luxottica Lx	Entre 149 y 188
Ralph Lauren	Entre 120 y 176
Prada Linea Rossa	Entre 161 y 260
Ralph	Entre 89 y 108
Ray-Ban	Entre 120 y 190
Steroflex	Entre 87 y 115
Versace	Entre 160 y 221
Vogue	Entre 92 y 141

COLECCIÓN DE GAFAS DE GRADUADO NIÑO	
Ray-Ban	Entre 90 y 101
Vogue	Entre 70 y 80

Tabla 2: Precio de venta al público de monturas de graduado.

❖ Gafas de lectura pre graduadas

Dependiendo del modelo tenemos precios que van desde 10,80 a 14,00 €.

❖ Lentes Oftálmicas

A continuación se presenta un pequeño resumen sobre las lentes oftálmicas, no están incluidas todos los tipos de lentes oftálmicos, ya que posee una amplia gama de productos. El precio varía de acuerdo al material de lente, el diseño, los parámetros de la lente como el diámetro, la potencia o el índice de refracción y también los diferentes tratamientos que se pueden aplicar.

Aquí presentamos las demandas más comunes y en material orgánico, para lentes oftálmicas especiales se tendría que consultar en el catálogo del fabricante que en este caso sería Essilor.

LENTES OFTÁLMICAS MONOFOCALES DE STOCK							
Nombre/ índice de refracción	Coloración	Diámetro (mm)	Potencia (D)	Cilindro (D)	PVP (IVA incl.) Sin tratamiento	PVP (IVA incl.) Endurecido	PVP (IVA incl.) Antirreflejante
Orma 1.5	Blanco	Entre 65 y 75	Entre -7.00 y +7.00	2.00	Entre 22 y 26	31	Entre 68,50 y 92
	Transitions	Entre 65 y 70	Entre -4.00 y +4.00	2.00	-	83	Entre 134 y 150
Ormax 1.6	Blanco	Entre 65 y 70	Entre -8.00 y +4.00	2.00	-	31	92
Ormix 1.6	Blanco	Entre 65 y 75	Entre -10.00 y +6.00	2.00	-	57,5	116
	Transitions	Entre 65 y 75	Entre -6.00 y +4.00	2.00	-	-	160
Orma 1.5 Junior UV	Blanco	Entre 60 y 65	Entre -6.00 y +6.00	2.00	-	38	-
Airwear 1.6 Junior	Blanco	Entre 60 y 65	Entre -6.00 y +6.00	2.00	-	48	68
LENTES OFTÁLMICAS MONOFOCALES DE FABRICACIÓN							
Orma 1.5	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -13.00 y +12.00	4.00	Entre 22 y 89	Entre 40 y 107	Entre 116 y 183
	Transitions	Entre 65 y 75	Entre -8.00 y +7.00	4.00	-	Entre 99 y 132	Entre 193 y 226
Ormix 1.6	Blanco	Entre 65 y 75	Entre -13.00 y +8.00	4.00	-	Entre 68 y 97	Entre 147 y 176
	Transitions	Entre 65 y 75	Entre -13.00 y +8.00	4.00	-	141	220
As Ormix 1.6	Blanco	Entre 65 y 75	Entre -13.00 y +10.00	4.00	-	95	174
	Transitions	Entre 65 y 75	Entre -13.00 y +10.00	4.00	-	157	236
Stylis 1.67	Blanco	Entre 65 y 75	Entre -13.00 y +8.00	4.00	-	-	Entre 158 y 189
As Stylis 1.67	Blanco	Entre 65 y 80	Entre -16.00 y +8.00	4.00	-	-	Entre 177 y 208
	Transitions	Entre 65 y 80	Entre -16.00 y +8.00	4.00	-	-	Entre 242 y 300
Lineis 1,74	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -18.00 y +10.00	4.00	-	-	Entre 267 y 314

Tabla 3: Precio de venta al público de lentes oftálmicas monofocales de stock.

LENTEs OFTÁLMICAS MULTIFOCALÉS								
BIFOCALÉS								
Nombre	Índice de refracción	Coloración	Diámetro (mm)	Potencia (D)	Cilindro (D)	Adición (D)	PVP (IVA incl.) Endurecido	PVP (IVA incl.) Antirreflejante
Telemilarc	1.5	Blanco	Entre 65 y 76	Entre -13.00 y +8.50	4.00	Entre 1.00 y 4.00	Entre 128 y 144	Entre 220 y 236
		Transitions	Entre 65 y 75	Entre -10.00 y +6.00	4.00	Entre 1.00 y 3.50	Entre 155 y 164	Entre 280 y 289
PROGRESIVOS								
Varilux Ultra	Orma 1.5	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -10.00 y +6.00	4.00	Entre 0.75 y 3.50	175	266
		Transitions	Entre 60 y 75	Entre -8.00 y +6.00	4.00	Entre 0.75 y 3.50	196	287
	Ormix 1.6	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -12.00 y +8.00	4.00	Entre 0.75 y 3.50	194	293
		Transitions	Entre 60 y 80	Entre -12.00 y +8.00	4.00	Entre 0.75 y 3.50	249	348
Varilux Confort	Orma 1.5	Blanco	Entre 60 y 85	Entre -10.00 y +7.00	6.00	Entre 0.75 y 3.50	225,5	319,5
		Transitions	Entre 55 y 75	Entre -12.00 y +7.00	6.00	Entre 0.75 y 3.00	268	362,5
	Ormix 1.6	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -12.00 y +8.00	6.00	Entre 0.75 y 3.00	250	352
		Transitions	Entre 55 y 80	Entre -12.00 y +8.00	6.00	Entre 0.75 y 3.50	293	395
Varilux Physio 2.0	Orma 1.5	Blanco	Entre 60 y 85	Entre -10.00 y +6.00	4.00	Entre 0.75 y 4.00	251	342
		Transitions	Entre 60 y 80	Entre -9.00 y +6.00	4.00	Entre 0.75 y 4.00	304	395
	Ormix 1.6	Blanco	Entre 60 y 80	Entre -12.00 y +8.00	4.00	Entre 0.75 y 4.00	285	384
		Transitions	Entre 60 y 80	Entre -12.00 y +8.00	4.00	Entre 0.75 y 4.00	330	429

Tabla 4: Precio de venta al público de lentes oftálmicas multifocales.

LENTEs OFTÁLMICAS DE SOL			
NOMBRE	INDICE	TRATAMIENTO	PVP (IVA incl.)
Stock sol	1,5	Normal	35
		Degradado	38
		Polarizado	78
Stock sol	1,6	Normal	105

Tabla 5: Precio de venta al público de lentes oftálmicas de sol.

❖ Lentes de contacto

Existe una gran variedad de lentes de contacto según el tipo de material, el uso, el reemplazo. En la siguiente tabla se presentan un resumen tanto las lentes de contacto que estarían en stock como las que se tienen que pedir de forma individual como las lentes de contacto tóricas o progresivas. Además los 3 últimos tipos de lentes de contacto son las que menos se utilizan pero se ha de remarcar que dentro de cada grupo hay mas tipos de lentes de contacto que se han de consultar en el catálogo si hubiese algún cliente que las solicitara.

LENTE DE CONTACTO		
Tipo de lente de contacto	Unid/Pack	PVP (IVA incl.)
GAMA HIDROGEL SILICONA		
Biofinity Hidrogel Silicona	3	De 24,20 a 26,40
Biofinity Tóric Hidrogel Silicona	3	De 41,80 a 46,20
Biofinity Multifocal	6	De 88 a 99
GAMA PROCLEAR BICOMPATIBLE		
Proclear 1 Day	30	23,10 a 27,50
Proclear 1 Day	90	De 55 a 60,50
Proclear 1 Day Multifocal	30	De 44 a 48,40
Proclear Multifocal	6	De 82,50 a 93,50
Proclear Multifocal Esférica XR	3	De 44 a 55
Proclear Multifocal Tóric	3	De 55 a 66
Proclear Compatible	3	De 24,20 a 27,50
Proclear Compatible Toric	6	De 82,50 a 88
Proclear Compatible Toric XR	3	De 49,50 a 55
GAMA FREQUENCY-BIOMEDICS		
Biomedics 1 Day Extra	30	De 18,70 a 20,90
Biomedics 1 Day Extra	90	De 49,50 a 55
Biomedics 1 Day Extra Toric	30	De 38,50 a 44
Biomedics 55 Evolution	6	De 35,20 a 39,60
Frequency Xcel Tóric	3	De 33 a 38,50
Frequency Xcel Tóric XR	3	De 49,50 a 55
LENTE CONVENCIONALES ESFÉRICA	Pareja	De 110 a 165
LENTE CONVENCIONALES TÓRICAS	Pareja	De 198 a 330
LENTE PERMEABLES AL GAS	Pareja	De 198 a 220

Tabla 6: Precio de venta al público de lentes de contacto.

❖ **Soluciones de mantenimiento y lágrima artificial**

SOLUCIONES DE MANTENIMIENTO Y LÁGRIMA ARTIFICIAL		
NOMBRE COMERCIAL	FABRICANTE	PVP (IVA incl.)
Bio True	Bausch & Lomb	17
Pemag	Bausch & Lomb	9
All Clean	Avizor	6
Confort Drops	Avizor	6

Tabla 7: Precio de venta al público de soluciones de mantenimiento y lágrima artificial.

❖ **Lupas**

LUPAS		
Aumento	Diámetro (mm)	PVP (IVA incl.)
3.5x	75	10
5x	50	12
5x	60	14

Tabla 8: Precio de venta al público de lupas.

❖ **Accesorios**

ACCESORIOS	PVP (IVA incl.)
Estuches de gafas	6
Cordones	2,50
Limpiador de lentes oftálmicas	4,20
Gamuzas	2
Plaquetas	1,50
Tornillos	0,50

Tabla 9: Precio de venta al público de accesorios.

3.4. Comunicación

La comunicación es la clave para dar a conocer nuestro establecimiento y junto a ello nuestros productos y servicios que ofrecemos a los clientes. Para estos objetivos nuestro negocio realizara las siguientes acciones:

3.4.1. Publicidad

La publicidad que se llevará a cabo en nuestro establecimiento será con el fin de hacer conocer nuestros servicios y productos así como también las ofertas de las cuales disponemos.

La realizaremos mediante la entrega de folletos informativos como los trípticos en donde presentaremos nuestra empresa y dando a conocer la localización de la misma. Se efectuará mediante el buzoneo, especialmente en zonas cercanas al establecimiento y también se entregaran a los clientes que ingresen en nuestro establecimiento.



Figura 2: Tríptico para la publicidad de la empresa.

Se entregará tarjetas de visita a todos los clientes que entren en nuestro establecimiento, donde figurará nuestra dirección y también nuestro teléfono de contacto o e-mail.



Figura 3: Tarjeta de visita de la empresa.

Se distribuirá publicidad con promociones, descuentos o pequeños obsequios.

Se creará una página web en donde se describirá al detalle sobre la empresa, localización, productos y servicios que se ofrece. Además se anunciarán las promociones y descuentos que estén disponibles en el momento. También se creará una cuenta en redes sociales como Facebook con los mismos fines de la página web. Anunciamos en Facebook, en google, periódicos locales y principales revistas del sector de la óptica.

El día de la apertura del negocio se hará un pequeño evento de inauguración para dar a conocer nuestros productos y servicios, entregar publicidad y hacernos conocer por la clientela del sector; asimismo se ofrecerá un servicio de catering.

3.4.2. Merchandising

Constituirá la forma de exhibir nuestros mejores productos para atraer a los clientes y despertar su interés.

Principalmente en nuestro establecimiento influirá en gran parte la rotación del producto mediante la gran variedad de éste, con el fin; de poder adaptarnos a las necesidades de nuestro cliente, así como también con el objetivo de aumentar su motivación e interés mediante una presentación atractiva de los productos; así conseguiremos facilitar la acción de compra.

Primeramente, nuestro establecimiento contará con una imagen muy moderna que será diseñada por la empresa de diseños de interiores Iván Cotado. La funcionalidad del mobiliario será uno de los grandes puntos fuertes para atraer la atención de nuestros clientes, ya que el cliente llega a los productos a través de todos los sentidos,

pero, especialmente, de la vista. Los productos se dispondrán en expositores que estarán al alcance de la mano del cliente. También se tendrá en cuenta la iluminación, la decoración, el olor y la música ya que todos estos aspectos darán una determinada imagen de nuestro negocio. La iluminación de zonas donde estén nuestros productos mas novedosos presentarán una mejor iluminación evitando en todo momento los brillos y reflejos respecto al resto de productos y también serán mas accesibles al consumidor.

En cuanto al producto adecuado, contaremos con una gran cantidad de monturas y gafas de sol ya que en la actualidad este producto es un gran componente de la moda. Otro de los aspectos mas importante en este apartado es el lugar ideal de donde debe ubicarse el producto, es decir la gestión del espacio. La presentación mas adecuada es la disposición de los productos en vertical: tiene mayor fuerza vendedora y permite visualizar el producto de forma mas fácil por marcas, tipos, etc. Además, transmite una sensación de orden. Si hablamos de monturas de graduado la disposición de éstas será de acuerdo al precio y a la marca, desde las mas económicas hasta las mas costosas; en gafas de sol la disposición será diferente, ya que; nos basaremos principalmente en la marca a la hora de exponer el producto, al ser un complemento de moda esto suele determinar mas la compra. Los modelos mas novedosos y que sean de mayor interés a vender de cada marca se dispondrán a una altura comprendida entre 1,45 m y 1,85 m, ya que; el 50-55% de la percepción del cliente mostrará mayor interés a estas alturas.

Otro punto importante a tener en cuenta es la época del año: primavera, verano, otoño, invierno. Las fechas del calendario también nos ayudarán a decidir que tipos de productos se deben exhibir mas que otros, por ejemplo en la época de verano la mayor variedad de productos serán de gafas de sol, de éstos, se presentarán varios modelos, colores, tamaños, etc., ya que; tanto la estación como la visita de turistas demandará mas este producto que otros, mientras que; en la época del otoño-invierno potenciaremos las monturas de graduado puesto que con el regreso a la rutina éste producto será el mas solicitado.

El escaparate, es otro de los mayores intereses en este apartado. Estará formado por dos cristalerías amplias que llegaran hasta el suelo para mostrar una imagen mas moderna y atractiva. Éste es un elemento “vivo” que debemos cambiar con frecuencia y adaptarlo incluso a los clientes potenciales en cada época del año. Por ejemplo, en verano los mayores clientes que tendremos serán los jóvenes y turistas por lo tanto, para llamar su atención y vender nuestros productos como las gafas de sol o lentes de contacto, se enseñarán los productos más llamativos, o si queremos llegar al público

de mediana edad prósbita se colocarán carteles publicitarios sobre lentes progresivas con las ofertas disponibles.

Se dispondrá de un expositor central donde se colocarán productos exclusivos y de alta gama que contarán con una iluminación mas llamativa, se incorporarán elementos de comunicación como pantallas, donde se transmitirán mensajes comerciales acerca del producto que se enseña en este expositor y que además, estarán al total alcance del cliente

Finalmente, los carteles publicitarios de las marcas o promociones y también de productos se irán cambiando con frecuencia, de esta forma no caeremos en la monotonía de la imagen del establecimiento, además; es necesario que los carteles que indiquen cualquier producto/promoción este disponible ¹⁷.

3.5. Servicio post-venta y garantía

Nuestra empresa se interesará por la satisfacción de nuestros clientes, por lo que será necesario ofrecer estos servicios, de esta forma lograremos mantener una buena relación con nuestros clientes al brindarles productos de calidad que cuentan con garantías, y además; indirectamente estos servicios nos ayudarán a controlar la calidad de los productos que adquieren y así poder mejorarlos si es necesario.

Respecto a las garantías, cualquier producto adquirido en nuestro establecimiento, la garantía será de dos años siempre y cuando tenga algún defecto de fábrica.

En cuanto a lentes oftálmicas, las de diseño progresivo, el cliente tendrá un plazo máximo de 3 meses de adaptación y las de diseño monofocal tendrán 1 mes de adaptación. Si transcurrido el máximo de plazo el cliente no esta satisfecho con el producto podrá optar por cambiar el diseño de progresivo por ejemplo, o la devolución del importe.

En casos de roturas de cristal dentro de los 2 años de garantía se cubrirá el 50% del importe total.

Además de los servicios anteriormente descritos ofreceremos un seguro especial para niños menores de 12 años, esto consistirá en que podrá cambiar los cristales sin ningún coste las veces que sea necesario debido al cambio de graduación durante 1 año.

En cuanto a lentes de contacto, si presentara alguna inconformidad con su uso tendrá el derecho a probar otras lentes de contacto o la devolución del importe.

3.6. Previsión de ventas

En la siguiente tabla se refleja las ventas de cada producto detallada mes a mes para el primer año.

Refiriéndonos a cada producto, se puede observar que las ventas de gafas de graduado incluido las lentes oftálmicas son las que mas ventas se realizan.

Las gafas de sol también representan un punto fuerte y son de mayor importancia en la época de vacaciones ya que las ventas suben considerablemente.

Las lentes de contacto también suponen un producto de venta importante y se pronostica que el consumo de éste aumentará por la facilidad de uso y el precio de venta.

El resto de productos mantienen unas ventas regulares y constantes ⁴¹.

Se puede observar que las ventas totales de cada mes para los meses de junio, julio y agosto son mayores que la del resto de los meses, esto se justifica por la visita de turistas en este trimestre a la ciudad.

PREVISIÓN DE VENTAS DEL 1 AÑO												
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Gafas de sol	3.029	2.938	6.910	6.429	10.264	12.536	15.100	8.450	4.485	3.328	2.002	2.717
Gafas de graduado	15.353	12.259	12.851	11.681	9.861	12.038	16.185	10.160	14.554	9.607	14.014	6.650
Gafas de lectura	85	65	72	91	39	117	163	26	91	98	46	65
Lentes de contacto	2.035	1.983	3.348	2.893	2.093	2.880	2.535	1.573	2.704	3.757	2.555	2.431
Sol. de mantenimiento de LC	338	312	260	338	488	546	579	390	423	429	280	319
Accesorios	33	46	78	65	85	46	85	46	33	33	26	13
TOTAL MES	20.872	17.602	23.517	21.496	22.828	43.326	53.300	31.760	22.289	17.251	18.922	12.194

Tabla 10: Previsión de ventas del año 1.

La previsión de ventas para los siguientes tres años se ha realizado teniendo en cuenta el factor de la inflación que es el aumento general de los precios del mercado. Para el segundo año se ha supuesto una inflación del 2% y para el tercer año del 2,2%, estos datos se los ha tomado teniendo en cuenta las variaciones de años pasados ⁴⁵.

PREVISIÓN PARA LOS TRES AÑOS			
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Gafas de sol	78.186	156.372	172.009
Gafas de graduado	145.210	290.420	319.462
Gafas de lectura	956	1.911	2.102
Lentes de contacto	30.784	61.568	67.725
Soluciones de mantenimiento de lentes de contacto	4.700	9.399	10.339
Accesorios	585	1.170	1.287
TOTAL	305.355	610.710	671.781

Tabla 11: Previsión de ventas para los tres años

4. PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. Local donde se ubicará la empresa

A continuación se mostrará un plano con la distribución del local.

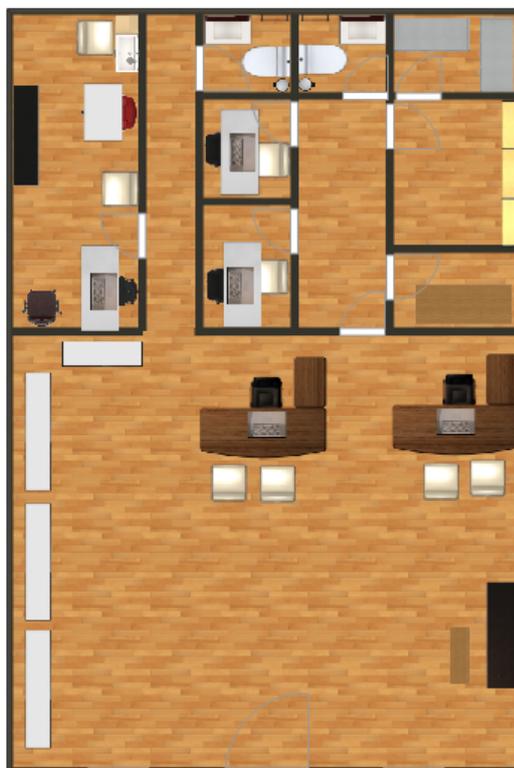


Figura 4: Plano de la distribución del local.

Dimensiones del local:

Área total: aprox. 100m²

Largo: 12m

Ancho: 8m

Altura: 3 m

Como se puede observar en el plano el local constará de:

- ❖ **Zona de venta al público:** Esta zona estará destinada tanto a la exposición de los productos y artículos disponibles en nuestro establecimiento como a la atención de los clientes.
- ❖ **Gabinete de optometría y contactología:** En este espacio se realizarán tanto las consultas optométricas como las adaptaciones de lentes de contacto.
- ❖ **Taller y almacén pequeño:** Esta sitio estará destinado para la realización de tareas de montaje y pequeñas reparaciones de gafas o cristales. Además, aquí se podrán guardas artículos que se necesitan con mas frecuencia como por ejemplo las fundas de las gafas.

- ❖ **Zona de aseo:** Contaremos con 2, una dirigida a los clientes y otra para el personal del establecimiento.
- ❖ **Vestidores:** En este lugar el personal podrá guardar sus prendas y artículos personales.
- ❖ **Almacén:** Este sitio estará designado para almacenar el resto de productos que no esta a la vista del cliente (gafas, soluciones de mantenimiento, carteles de publicidad, etc.).
- ❖ **Oficinas:** Hay dos, una estará destinada para el uso del gestor de áreas de aprovisionamiento y la otra para uso del director técnico ²².

4.2. Recursos técnicos necesarios para la prestación del servicio

A continuación se indicarán los recursos técnicos mas imprescindibles que adquiriremos para que nuestro establecimiento pueda ofrecer un buen servicio a nuestros clientes.

4.2.1. Equipos y aparatos necesarios para la consulta de optometría y contactología

Los siguientes instrumentos se adquirirán:

- Unidad de refracción 2P
- Foróptero manual
- Equipo de oftalmoscopio y retinoscopio Beta 200 HC 145-20-376
- Proyector de test TCP-1001
- Pantalla de proyección
- Lámpara de hendidura 980 2X
- Autorrefractometrokeratómetro R-K
- Tonómetro portátil sin anestesia Icare
- Montura de prueba estándar
- Maletín de caja de lentes de prueba (167 lentes)
- Frontofocómetro MLM 100
- Pupilómetro

4.2.2. Aparatos y fornituras de taller

En el establecimiento se ofrecerán los servicios de adaptación, montaje y pequeñas reparaciones de gafas para esto requeriremos de los siguientes aparatos y accesorios que serian los mas importantes en el taller:

- Biseladora manual Diafne
- Ventilete FGH
- Calentador de arena

- Tensiscopio
- Accesorios: tornillos, plaquetas
- Cirex
- Alicates
- Destornilladores

4.2.3. Equipo informático

A continuación presentamos la lista de los dispositivos informáticos mas necesarios para el funcionamiento del negocio.

- Monitor registrador
- Caja portamonedas eléctrico
- Lector de código de barras
- Ordenador de mesa (CPU, monitores, teclado, ratón)
- Impresora
- Teléfono

4.2.4. Productos

Los productos que ofrecerá nuestro establecimiento de óptica serán los siguientes:

- Monturas tanto de sol como para lentes oftálmicas
- Lentes de contacto
- Soluciones de mantenimiento de lentes de contacto
- Lagrimas lubricantes
- Limpiador de lentes oftálmicas
- Accesorios: plaquetas, tornillos, portalentes, cordones, estuches para gafas.

4.2.5. Material de oficina

Los principales materiales de oficina serían:

- Hojas de papel A4 color blanco
- Bolígrafos
- Marcadores permanentes
- Reglas milimetradas
- Agenda
- Carpetas
- Tijeras, grapadora, cinta adhesiva
- Sobres de carta, bolsas y sellos

4.2.6. Elementos de aseo

Los siguientes artículos serian imprescindibles:

- Jabón de manos
- Papel higiénico
- Papel para las manos
- Toallas
- Basureros
- Alcohol
- Artículos de limpieza

4.2.7. Instalación y adaptación del local

Se realizará con la empresa Iván Cotado. Esta empresa se encarga de hacer proyectos para la adecuación de locales, se ocupa de todo el proceso, desde que se decide abrir el negocio hasta que está listo para empezar su funcionamiento y para esto sigue un orden de fases:

- ❖ **Certificado de Compatibilidad Urbanística:** Este certificado lo facilita el Ayuntamiento que garantiza que la actividad que se pretende realizar en el negocio está permitida en la ubicación elegida.
- ❖ **Proyecto de Interiorismo o Arquitectura Interior:** Se define y diseña la totalidad del espacio en cuestión, sin dejar absolutamente nada a la improvisación. Proyecta la distribución de espacios adecuada, selecciona los materiales y acabados óptimos, diseña la iluminación y el resto de instalaciones necesarias, el mobiliario y los elementos de decoración más importantes.
- ❖ **Proyecto de Actividad:** Es el documento en el que se refleja un reconocimiento de que el establecimiento, las instalaciones, el diseño y el desarrollo de la actividad se ajustan a la normativa a las reglamentaciones correspondientes. Se debe presentar tanto en el Ayuntamiento como en la Delegación de Industria.
- ❖ **Licencia de Obras:** Se la solicita en el Ayuntamiento, si esta autorización no se puede comenzar las obras.
- ❖ **Dirección de Obra del Diseñador de Interiores:** Controla la calidad de la ejecución y que los materiales y sistemas constructivos empleados por la constructora se correspondan con los descritos en el Proyecto de Interiorismo; de este modo garantizan que el resultado final sea el deseado.
- ❖ **Ejecución de la Obra. Proyecto llave en mano:** Realiza la obra en el negocio.
- ❖ **Certificado O.C.A (Organismo de Control Autorizado):** Es una inspección y certificación, normalmente realizado por consultoras externas, que garantiza que la instalación inicial de baja tensión en local de pública concurrencia se ajusta al Reglamento Electrotécnico. Este certificado de la instalación eléctrica se debe entregar en la Delegación de Industria para poder obtener la Licencia de Apertura.

- ❖ **Licencia de Actividad:** Con el Certificado de Final de Obra que entrega y firma del Director de Obras una vez finalizada y el Certificado de Industria que otorga la Delegación de Industria se solicita en el Ayuntamiento la correspondiente Licencia de Apertura ⁴⁸.

4.3. Elección de proveedores

Para iniciar la actividad del establecimiento se necesitan productos y servicios, las personas o empresas que ofrecen estos recursos son los proveedores. Los distintos productos y servicios los ofrecen varias empresas, por esto hemos solicitado información de los recursos que necesitamos a distintas empresas para poder comparar las diferencias de ofertas y así poder elegir la que mas se ajusta a nuestras necesidades.

A continuación describiremos los diferentes proveedores de cada una de los productos y servicios.

4.3.1. Proveedores de gafas de sol y monturas de graduado

Actualmente la mayor parte de producción y distribución tanto de gafas de sol como de monturas para graduado la tienen Luxottica, Safilo, De Rigo y Marcolín. Nosotros trabajaremos con tres distribuidores:

- ❖ **Luxottica:** Es el líder mundial del sector de las gafas de sol y graduadas, ya que las marcas propias que maneja son las mas famosas: Ray-Ban, Oakley, Vogue, Persol, Oliver Peoples, Alain Mikli y Arnette. Además, las marcas que comercializa bajo licencia de mas renombre son Bvlgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Paul Smith, Prada, Stella McCartney, Tiffany, Tory Burch, Versace y, desde 2013, Armani ⁵³.

En términos de producción la empresa tiene integradas todas la fases del proceso productivo, por lo que permite verificar la calidad de los productos y procesos, introducir innovaciones, descubrir sinergias y nuevos métodos operativos, así como optimizar tiempos y costes ⁶⁶.

- ❖ **Safilo:** Es una multinacional dedicada a la producción y distribución de gafas de sol y de vista de alta gama. El Grupo Safilo cuenta con las licencias para la producción de gafas de marcas como Carrera, Alexander McQueen, Bannana Republic, Boss, Boss Orange, Céline, Dior, Fossil, Gucci, Hugo, J.Lo by Jennifer López, Jimmy Choo y la mas reciente Fendi, entre otras ²⁹.

- ❖ **De Rigo:** Este Grupo esta presente en todos los mercados importantes del mundo con sus propias marcas: Lozza, Police y Sting. Además, posee las licencias de Bluemarine, Carolina Herrera, Chopard, Ermenegildo, Zegna, Escada, Fila, Furla, Givenchy, Lanvin, Víctor Hugo y de las marcas españolas Tous y Loewe ²⁴.

4.3.2. Proveedores de lentes oftálmicas

Tenemos diferentes empresas que se dedican a la fabricación y distribución de lentes oftálmicas como por ejemplo: Zeiss, Hoya, Prats, Essilor, entre otros. Comparando la calidad y los precios de los productos ofrecidos por todos los proveedores se podría decir que están muy asimilados, ya que; con el avance de la tecnología cada empresa apuesta con mas fuerza por la personalización de sus lentes dando como resultado a una gran competencia entre ellos.

De todos los proveedores existentes en el mercado hemos decidido empezar con Essilor.

- ❖ **Essilor:** Este grupo siempre ha sido pionero en el lanzamiento de nuevos productos debido a la innovación que siempre han tenido como por ejemplo la invención de la lente orgánica o también la creación de la lente progresiva. Apuestan por la incorporación de las últimas tecnologías en la fabricación de las lentes para mejorar las características ópticas de éstas y así poder garantizar una mayor comodidad visual al usuario ⁵².

4.3.3. Proveedores de lentes de contacto

Hemos elegido empezar con Cooper Vision, primero por la facilidad de obtener información comparada con otros proveedores y segundo; porque es una unidad de The Cooper Companies Inc., que es uno de los principales fabricantes mundiales de lentes de contacto blandas.

- ❖ **Cooper Vision:** Fabrica una gama completa de lentes de contacto desechables mensuales, quincenales y diarias. Colabora habitualmente en la investigación y desarrollo de nuevos productos motivo por el cual se especializa en la producción de lentes para astigmatismo, presbicia y sequedad ocular ⁷⁵.

4.3.4. Proveedores de soluciones de mantenimiento de lentes de contacto y lágrima artificial

Tenemos distintos proveedores para estos productos, trabajaremos con los siguientes

- ❖ **Bausch & Lomb:** Este proveedor ofrece una gran variedad de productos para el cuidado y mantenimiento de las lentes de contacto, tanto soluciones con diferentes funciones específicas (limpieza, desinfección, humectación), como soluciones únicas que cumplen todas las funciones en una solución ¹⁵.
- ❖ **Avizor:** Es un laboratorio dedicado a la fabricación de soluciones de limpieza y mantenimiento de todo tipo de lentes de contacto. Además, desarrolla productos innovadores y específicos para resolver cada problema ocular como por ejemplo lágrimas artificiales ⁶.

4.3.5. Proveedores de accesorios

Para la adquisición de estos productos requeriremos el servicio de distintas empresas especializadas en la fabricación y distribución de los accesorios que necesitamos.

- ❖ **Gafas de lectura pre graduadas:** Este material lo adquiriremos de la empresa Productos Loring S.A.U. Esta empresa se dedica a la fabricación y distribución de gafas de lectura pre graduadas y pre montadas, ofreciendo la máxima calidad ya que se rige por unos procedimientos estrictos de control de calidad que garantizan el cumplimiento de los requisitos establecidos por el Ministerio de Sanidad ⁶⁵.
- ❖ **Lupas:** La empresa con la que demandaremos este artículo será Tienda de lupas. Ésta es una empresa especializada en la distribución y comercialización de un amplio rango de productos ópticos, de este grupo adquiriremos las lupas ⁷⁶.
- ❖ **Resto de accesorios:** (tornillos, plaquetas, alicates, destornilladores, cirex, cordones, gamuzas). Los obtendremos de la empresa Distribuciones Ópticas Tena SCP. Esta empresa se dedica a la distribución de artículos para el sector óptico. Posee unos precios muy ajustados y competitivos ²⁸.

5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

En nuestro establecimiento se ofrecerán diversos productos y servicios por lo que necesitaremos personal que este capacitado para llevar a cabo el correcto funcionamiento de nuestro negocio.

En esta entidad requeriremos de dos personas con el título de Grado en Óptica y Optometría, tres dependientes, y un gestor en áreas de aprovisionamiento.

5.1. Organigrama de la empresa

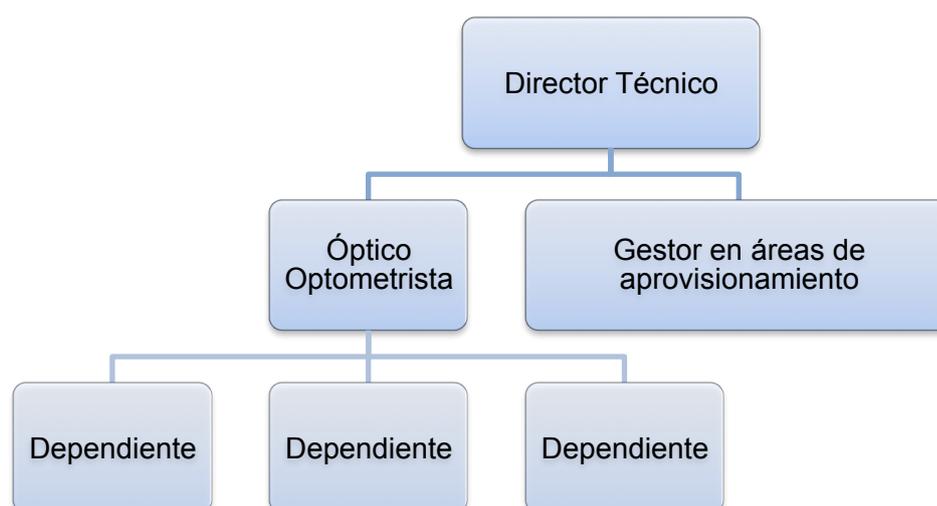


Figura 5: Organigrama de la empresa.

5.2. Descripción de puestos de trabajo

❖ Director Técnico

• Funciones

Cumple con funciones secuenciales:

- Establecer los objetivos de la empresa y las acciones que se deben tomar para conseguirlas.
- Determinar las funciones y tareas, instaurar unidades y departamentos y la forma de comunicación.
- Dirigir a todos los empleados del establecimiento para que rijan sus esfuerzos a la consecución de los fines organizativos.
- Controlar que los objetivos de la empresa estén por buen camino.

Además, también tendrá funciones continuas:

- Analizar los problemas, incidentes y perturbaciones que se puedan producir en la empresa para valorar su importancia y dar una correcta solución.
- Tomar las mejores decisiones frente a los diferentes problemas u oportunidades que se le presenten.
- Comunicar las decisiones al resto del personal.

- **Tareas**

Las tareas a realizar por el director serán las de planificación, dirección, organización y control de las actividades de la empresa. Además de estas tareas el director técnico se encargara también de tareas operativas como por ejemplo: revisión optométrica, adaptación de lentes de contacto, montaje, adaptación, venta, verificación y control de productos.

- **Responsabilidades**

- El director técnico será el responsable de si los objetivos planteados por la empresa se están cumpliendo, así como también del buen funcionamiento y organización de todos los elementos de la empresa.
- Supervisar el buen mantenimiento de los equipos optométricos ²¹.

❖ **Óptico optometrista**

- **Funciones**

- Atención al cliente
- Realizar el examen visual rutinario
- Realizar la adaptación de lentes de contacto y su respectivo seguimiento.
- Escoger las pruebas necesarias para la obtención de un correcto diagnostico y proponer los diferentes tratamientos para la solución del problema visual.

- **Tareas**

- Aplicar a cada paciente el total de sus conocimientos, aptitudes y todo el tiempo necesario.
- Mantenerse informado sobre los avances profesionales, científicos y técnicos de la profesión en beneficio de la sociedad.
- Saber con exactitud que los diferentes sistemas de compensación visual u otros productos de posible prescripción y/o venta, las diferentes técnicas profesionales aplicadas y los aparatos de medición utilizados están científicamente aceptados, ya sea por el cumplimiento de las normativas vigentes o por acuerdos científicos generalizados que así lo avalen.
- Emitir una prescripción cuando suponga un beneficio para la salud visual del paciente.

- Tratar a los pacientes con cortesía y sensibilidad con sus necesidades individuales.
- Comunicar al paciente del estado y las opciones de tratamiento disponible para ellos.
- Respetar la privacidad de los pacientes y preservar la confidencialidad de toda la información revelada u obtenida de ellos.
- Llenar ficha técnica de los clientes con los datos obtenidos en la revisión.
- Realizar pedidos y devoluciones tanto de lentes oftálmica como de lentes de contacto.
- Adaptar y montar gafas.
- Ventas de productos del establecimiento.
 - **Responsabilidades**
- La mejora de la función visual de los pacientes.
- La conformidad por parte del cliente con el tratamiento recomendado.
- La realización y devolución de los pedidos de lentes de contacto y lentes oftálmicas así como la entrega del producto a los clientes.
- Tratar cualquier reclamación de manera rápida, con cortesía y sensibilidad hacia el paciente, haya o no haya motivos a su juicio para tal reclamación e intentar resolverla directamente con el paciente.
- Informar al directivo de compras sobre los productos que se requieren ¹⁹.

❖ **Dependientes**

• **Funciones**

- Tratar con los clientes y efectuar la venta de productos.
- Asesorar al cliente sobre el tipo de producto mas adecuado para sus necesidades.
- Apoyar en las labores de aprovisionamiento.
- Potenciar la venta.

• **Tareas**

- Atender al cliente
- Informar al cliente sobre los productos y servicios que se ofrecen en el establecimiento.
- Venta de productos.
- Realizar pequeñas reparaciones de gafas.
- Mantener limpio el establecimiento.
- Controlar e informar sobre los productos.
- Cierre de caja al final de cada día.
- Entregar a los clientes los productos solicitados (monturas, gafas, etc.).

- **Responsabilidades**

- Vigilar la correcta salida de productos vendidos.
- Verificar que la caja se encuentre debidamente ajustada
- Resolver reclamaciones de los clientes
- Informar sobre cualquier irregularidad del establecimiento.

- ❖ **Gestor en las áreas de aprovisionamiento**

- **Funciones**

- Administrar y gestionar el aprovisionamiento de existencias, la financiación, el presupuesto, la tesorería y los recursos humanos, además de realizar las operaciones contables y fiscales.

- **Tareas**

- Supervisar la gestión de los stocks.
- Determinar los ciclos de distribución.
- Preparar y negociar los contratos.
- Inspecciona el mantenimiento de la calidad.
- Controlar el desarrollo de los pagos.
- Establecer criterios de aprovisionamiento.
- Informar sobre todos los gastos.
- Poner precios de venta al público en función del margen de beneficios a obtener.
- Definir e implantar planes de acción para reducir costos, los plazos de entrega y los stocks para responder a las necesidades del cliente.
- Seguir las operaciones de compras/aprovisionamientos y distribución de los productos.
- Seguir y poner al día los datos de rentabilidad y los costes logísticos.
- Contratar al personal necesario para el funcionamiento del establecimiento.
- Informar y llevar el estado contable de la empresa.

- **Responsabilidades**

- Tener productos de stocks disponibles en tienda.
- Elegir el mejor proveedor que ofrezca un producto de mejor calidad y precio.
- Negociar las condiciones comerciales con los proveedores.
- Mantener la competencia.
- Buscar alternativas para optimizar recursos y costos.
- Conocer el negocio y entender las características y necesidades particulares.
- Garantizar un adecuado y óptimo servicio al cliente.
- Escoger el proveedor de los productos más adecuado para el establecimiento ⁵⁵.

5.3. Descripción de los perfiles de los puestos

Cada persona ha de tener la siguiente formación:

❖ **Director Técnico**

- Título de Director Técnico Óptico-Optometrista con su respectivo certificado de colegiación en el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas.
- Tener conocimientos sobre administración y gestión de empresas.

❖ **Óptico Optometrista**

- Título universitario oficial de Óptico-Optometrista

❖ **Dependiente**

- Formación profesional sobre Comercio y marketing (Gestión del comercio, Gestión comercial y marketing)

❖ **Gestor en las áreas de aprovisionamiento**

- Formación profesional en Administración y finanzas.

5.4. Selección del personal

Para la selección del personal necesario para nuestro establecimiento requeriremos la colaboración de agencias, así como también nos ayudaremos con anuncios en internet, prensa o bolsa de trabajo en los centros educativos.

Para cada trabajador requeriremos algunos aspectos necesarios:

- ❖ **Director Técnico:** Se lo seleccionará teniendo en cuenta la experiencia laboral tanto en el sector de la óptica como en el sector de administración y gestión de empresas. Además se valorará el conocimiento de idiomas (principalmente inglés) y dominio de Office a nivel de usuario.
- ❖ **Óptico Optometrista:** Se incorporará un profesional que haya obtenido recientemente el título. Asimismo se tendrá en cuenta el conocimiento de idiomas (principalmente inglés) y dominio de Office a nivel de usuario.
- ❖ **Dependientes:** Se optará por personas jóvenes, con experiencia mínima de un año en el sector de la óptica. Será imprescindible el conocimiento de idiomas (principalmente inglés), dominio de Office a nivel de usuario.

- ❖ **Gestor en áreas de aprovisionamiento:** Requeriremos a una persona con experiencia mínima de 3 años en el sector de la óptica.

5.5. Costes salariales

La siguiente tabla indica el salario mínimo de acuerdo al Convenio colectivo de trabajo del sector de óptica al detalle de Barcelona.

El coste de la Seguridad Social corresponde a un 35% del salario anual incluyendo las pagas extras que corresponden ⁵.

COSTES SALARIALES				
Empleado	Nº de empleados	Jornada laboral	Salario bruto	Seguridad social
Director Técnico	1	Completa	1655,61	676,04
Óptico optometrista	1	Completa	1294,25	528,49
Dependientes	3	Completa	1089,62	444,93
Gestor en áreas de aprovisionamiento	1	Media	647,13	264,24

Tabla 12: Costes salariales

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En este apartado lo he dividido en cinco puntos importantes, cada uno de ellos consta con una tabla de resultados con su respectiva explicación.

6.1. Inversiones iniciales

Las inversiones iniciales recogen todos los bienes y derechos necesarios para iniciar la actividad.

En la siguiente tabla se puede observar en forma resumida el tipo de inversión y la cuantificación del coste.

El total de la inversión inicial es de 154.970€.

CUADRO DE INVERSIÓN	
INVERSIÓN	INICIAL
Construcción, acondicionamiento y mobiliario	87.080
Equipos y aparatos optométricos	35.191
Equipos informáticos	2.726
Aplicaciones informáticas	1.360
Fianza	26.688
Gastos de constitución y primer establecimiento	1.925
TOTAL DE INVERSIONES	154.970

Tabla 13: Cuadro de inversión.

6.2. Cuenta de resultados para los próximos tres años

Para poder saber los resultados de una empresa necesitamos disponer de los valores de los ingresos que en nuestro caso corresponden a las ventas y de los gastos que corresponden a los costes variables y fijos. La diferencia de estos dos valores son los beneficios que se obtendrán al finalizar cada año. Además se tendrán en cuenta también los gastos financieros es decir el interés que se debe a la entidad financiera cuando se solicita un préstamo.

En relación a los impuestos, como hemos obtenido beneficios en los tres primeros años, hemos aplicado el 30% del total de los beneficios obteniendo así los beneficios que constan en la última fila.

CUENTAS DE RESULTADOS PARA LOS PROXIMOS TRES AÑOS				
CONCEPTO		Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	Ventas	305.355	610.710	671.781
Costes Variables	Consumo de productos	80.181	160.713	176.784
Margen bruto		225.174	449.997	494.997
Costes fijos	Arrendamiento	106.752	106.752	106.752
	Gastos de personal	79.204	81.342	84.027
	Comunicación	1.166	1.189	1.215
	Material de oficina	68	69	71
	Suministros	4.299	4.385	4.482
	Otros gastos	420	428	438
	Alarma de seguridad	523	523	523
	Amortizaciones	15.497	15.497	15.497
Beneficios antes de interés de impuestos		17.246	239.811	281.992
Gastos financieros		7.700	7.700	7.700
Beneficios antes de impuestos		9.546	232.111	274.292
Impuestos		2.864	69.633	82.288
Beneficios después de impuestos		6.682	162.477	192.005

Tabla 14: Cuentas de resultados para los próximos tres años.

6.3. Presupuesto de tesorería

Es necesario realizar un análisis de la liquidez de la empresa para poder analizar la viabilidad de la empresa, ya que si en el saldo de un determinado mes resulta que hay pérdidas económicas podremos reaccionar para que esto no afecte a nuestra empresa y que la derive a una situación difícil de controlar.

En la siguiente tabla se recolectan los cobros que pertenecen a las recaudaciones que se obtienen por las ventas realizadas, y pagos de la empresa que corresponderían a los pagos por compras, gastos fijos, interés del préstamo y devolución de capital de cada mes del primer año, de esta forma podremos analizar la liquidez de la misma. Es importante hacer una pequeña observación en cuanto a los dos últimos pagos, los que tienen que ver con el préstamo. Se ha solicitado un préstamo de 110.000€ que se devolverá en un plazo de 20 años con un interés del 7%. (Ver anexo 2)

Además podemos observar que en todos los meses el saldo de cada mes es un beneficio, esto quiere decir que nuestra empresa es rentable y además se puede deducir que no habrá falta de liquidez del negocio puesto que se puede hacer frente a todos los pagos.

PRESUPUESTO DE TESORERÍA AÑO 1												
CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
SALDO INICIAL	35.030	26.765	15.231	9.612	13.972	7.664	21.854	46.018	60.642	57.614	57.729	59.514
COBROS												
Cobros ventas	20.872	17.602	23.517	21.496	22.828	43.326	53.300	31.760	22.289	17.251	18.922	12.194
Saldo inicial + Cobros	55.901	44.367	38.748	31.108	36.800	50.990	75.154	77.778	82.931	74.865	76.650	71.708
PAGOS												
Pagos por compras	12.000	12.000	12.000	0	12.000	12.000	12.000	12.000	0	8.181	0	0
Gastos fijos	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036	16.036
Interés de préstamo	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642
Devolución de capital	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458
Total de pagos	29.136	29.136	29.136	17.136	29.136	29.136	29.136	17.136	25.317	17.136	17.136	17.136
SALDO DE CADA MES	26.765	15.231	9.612	13.972	7.664	21.854	46.018	60.642	57.614	57.729	59.514	54.572

Tabla 15: Presupuesto de tesorería del año 1

El presupuesto de tesorería para los próximos tres años se ha realizado con la finalidad de poder tener conocimiento del saldo que tenemos en cada año para poder planearnos si podemos hacer otra inversión o cubrir alguna necesidad imprevista, además; que estos datos nos servirán para hacer un balance de situación para cada año.

PRESUPUESTO DE TESORERÍA PARA LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALDO INICIAL	35.030	54.572	296.799
COBROS			
Cobros ventas	305.355	610.710	671.781
Saldo inicial + Cobros	340.385	665.282	968.580
PAGOS			
Pagos por compras	80.181	160.713	176.784
Gastos fijos	192.432	194.570	197.254
Interés de préstamo	7.700	7.700	7.700
Devolución de capital	5.500	5.500	5.500
Total de pagos	285.813	368.483	387.239
SALDO DE CADA AÑO	54.572	296.799	581.341

Tabla 16: Presupuesto de tesorería para los próximos tres años.

6.4. Balance de situación de los 3 primeros años

El balance de situación es un informe que nos permite tener un reflejo de la situación de nuestra empresa en un determinado tiempo. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto. En el activo se incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone nuestro establecimiento y que serán susceptibles de traer dinero a la empresa en un futuro mediante su uso o venta. El pasivo muestra todas las obligaciones económicas que la empresa tiene. El patrimonio neto representa los aportes de los socios más los resultados de ejercicios de años anteriores.

Como primera tabla tenemos el balance de situación inicial en la que recogemos la situación patrimonial de la empresa al iniciar la actividad. Los siguientes balances de cada año se realizan con la finalidad de observar los cambios que se producen en el patrimonio tanto a nivel cuantitativo como a nivel cualitativo.

Nuestra empresa cuenta con un capital social de 80.000€ por lo que necesitaríamos mínimo un préstamo de 74.970€ para poder cubrir la inversión 154.970€, por lo que se decide solicitar un préstamo de 110.000€ a una entidad financiera, de esta forma tendremos un saldo disponible en tesorería para cualquier situación imprevista que pueda surgir.

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO		PATRIMONIO NETO + PASIVO	
Activo no corriente	154.970	Patrimonio neto	80.000
Inmovilizado material	124.997	Capital	80.000
Inmovilizado inmaterial	1.360	Pasivo no corriente	110.000
Inmovilizado financiero	26.688	Deudas a LP	110.000
Gastos de establecimiento	1.925	Acreedores a LP	-
Activo corriente	35.030	Pasivo corriente	-
Deudores	-	Proveedores	-
Tesorería	35.030	Préstamos a CP	-
TOTAL	190.000	TOTAL	190.000

Tabla 17: Balance de situación inicial.

Las posteriores tablas mostrarán algunas modificaciones: el apartado de activo se suma la amortización acumulada del inmovilizado material, que será del 10% del total de la inversión.

En el apartado del patrimonio neto se sumarán los beneficios obtenidos en el año anterior y la deuda a largo plazo disminuirá cada año.

BALANCE DE SITUACION AÑO 1			
ACTIVO		PATRIMONIO NETO + PASIVO	
Activo no corriente	139.473	Patrimonio neto	86.682
Inmovilizado material	124.997	Capital	80.000
Inmovilizado inmaterial	1.360	Resultado ejercicio	6.682
Amortización acum. del inm. Material	-15.497	Pasivo no corriente	104.504
Inmovilizado financiero	26.688	Deudas a LP	104.504
Gastos de establecimiento	1.925	Acreedores a LP	-
Activo corriente	54.572	Pasivo corriente	2.860
Deudores	-	Acreedores	2.860
Tesorería	54.572	Prestamos a CP	-
TOTAL	194.046	TOTAL	194.046

Tabla 18: Balance de situación del año 1.

BALANCE DE SITUACIÓN AÑO 2			
ACTIVO		PATRIMONIO NETO + PASIVO	
Activo no corriente	123.976	Patrimonio neto	249.159
Inmovilizado material	124.997	Capital	80.000
Inmovilizado inmaterial	1.360	Resultados ejercicios anteriores	6.682
Amortización acum. del inm. Material	-30.994	Resultado ejercicio	162.477
Inmovilizado financiero	26.688	Pasivo no corriente	99.008
Gastos de establecimiento	1.925	Deudas a LP	99.008
Activo corriente	296.799	Acreedores a LP	-
Deudores	-	Pasivo corriente	72.608
Tesorería	296.799	Acreedores	72.608
TOTAL	420.775	TOTAL	420.775

Tabla 19: Balance de situación del año 2

BALANCE DE SITUACION AÑO 3			
ACTIVO		PATRIMONIO NETO + PASIVO	
Activo no corriente	108.479	Patrimonio neto	441.164
Inmovilizado material	124.997	Capital	80.000
Inmovilizado inmaterial	1.360	Resultados ejercicios anteriores	169.159
Amortización acum. del inm. Material	-46.491	Resultado ejercicio	192.005
Inmovilizado financiero	26.688	Pasivo no corriente	93.512
Gastos de establecimiento	1.925	Deudas a LP	93.512
Activo corriente	581.341	Acreedores a LP	-
Deudores	-	Pasivo corriente	155.144
Tesorería	581.341	Acreedores	155.144
TOTAL	689.820	TOTAL	689.820

Tabla 20: Balance de situación del año 3

6.5. Análisis mediante ratios

Necesitamos analizar la viabilidad económica y financiera del proyecto y para esto utilizaremos los ratios que son unos cocientes entre variables significativas que suelen expresarse en porcentajes.

6.5.1. Ratios económicos

- ◆ **Rentabilidad económica:** Representa el análisis de la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado éste.

$$RE = \frac{BAI}{ACTIVO\ TOTAL}$$

$$RE (\text{año 1}) = \frac{9546}{194046} = 0,05 = 5\%$$

$$RE (\text{año 2}) = \frac{232111}{420775} = 0,55 = 55\%$$

$$RE (\text{año 3}) = \frac{274292}{689820} = 0,40 = 40\%$$

*BAI: Beneficio antes de impuestos

- ◆ **Rentabilidad financiera:** Informa de la rentabilidad que corresponde a los propietarios de la empresa en función a los capitales que han aportado.

$$RF = \frac{Beneficio\ NETO}{Recursos\ propios}$$

$$RF (\text{año 1}) = \frac{6682}{86682} = 0,08 = 8\%$$

$$\text{RF (año 2)} = \frac{162447}{249159} = 0,65 = 65\%$$

$$\text{RF (año 3)} = \frac{192005}{441164} = 0,44 = 44\%$$

6.5.2. Ratios financieros

- ◆ **Solvencia:** Indica la disponibilidad monetaria de la empresa para hacer frente a las obligaciones a corto plazo. Los valores superiores a 1 indican que la empresa puede afrontar los pagos.

$$\text{SOLVENCIA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{SOLVENCIA (año 1)} = \frac{54.572}{2.860} = 19,08$$

$$\text{SOLVENCIA (año 2)} = \frac{296.799}{72.608} = 4,08$$

$$\text{SOLVENCIA (año 3)} = \frac{581.341}{155.144} = 3,8$$

- ◆ **Endeudamiento:** Informará del grado de endeudamiento de la empresa, en relación a la respuesta de los activos. Valores superiores a 0,6 significará que la empresa esta perdiendo autonomía financiera frente a terceros.

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{TOTAL DEUDAS}}{\text{TOTAL PATRIMONIO NETO} + \text{PASIVO}}$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO (año 1)} = \frac{107364}{194.046} = 0,55$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO (año 2)} = \frac{171616}{420775} = 0,41$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO (año 3)} = \frac{248656}{689820} = 0,36$$

7. CONCLUSIONES

La realización de este Trabajo Final de Grado ha requerido la inversión de mucho tiempo y dedicación, sin embargo; puedo decir que me alegro mucho de haberme ocupado en este trabajo ya que el aprendizaje que he obtenido después de haber desarrollado este tema es muy importante. Me ha permitido poder conocer con mayor detalle la gran cantidad de factores que se tienen que tener en cuenta para llevar a cabo la creación de un nuevo establecimiento de óptica en esta ciudad, lo cual era el objetivo de este proyecto.

Gracias al desarrollo de este trabajo he podido concluir que:

- ◆ La economía española representa un factor importante para la prosperidad de nuestro negocio por lo que, de esto depende que nuestro proyecto sea viable y que las predicciones realizadas en la parte financiera puedan cumplirse.
- ◆ La gran competencia que existe en el sector de la óptica es un factor muy importante que se ha de tener en cuenta y que, por lo tanto para poder tener éxitos con este proyecto se ha de realizar un buen plan de marketing.
- ◆ La calidad tanto del servicio como de los productos debe ser excelentes para poder fidelizar a los clientes y de la misma forma atraer a más consumidores. Para esto se necesita hacer una buena inversión tanto en la adecuación del local como en los aparatos que se emplean para la ejecución de la actividad de la optometría y contactología.
- ◆ El personal de una empresa tiene que ser muy profesional para poder ofrecer una buena atención al cliente.
- ◆ La realización de la parte financiera se refleja de forma muy aproximada, ya que en la actualidad los precios de todos los productos no están estandarizados, por lo que es muy difícil cuantificar con exactitud los beneficios que se obtendrán.
- ◆ La adquisición de datos como precios de coste de productos o de aparatos son difíciles de conseguir, puesto que sólo los facilitan cuando se forma parte de una empresa.

Concluyendo con este apartado puedo decir de forma personal que, la elaboración de este proyecto me ha enseñado lo importante que es realizar un plan de empresa y así tener en cuenta todos los aspectos necesarios que se deben saber para poder poner en funcionamiento un negocio especializado en óptica y optometría. Tal vez en esta ciudad resulte muy difícil que una empresa de estas características pueda tener éxito pero la posibilidad de que lo sea en mi país (Ecuador) es mayor.

8. BIBLIOGRAFÍA

1. Abacus SCCL. *Accesorios de oficina*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de noviembre del 2013]. URL disponible en: <http://online.abacus.coop/ca/papereria/accessoris-d-oficina.html>
2. Ajuntament de Barcelona: Departament d'Estadística. *Anuario estadístico de la ciudad de Barcelona 2013: Demografía y población, indicadores demográficos 2012*. [en línea]. [Fecha de acceso: 4 de septiembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.bcn.cat/estadistica/castella/dades/anuari/cap02/C020401.htm>
3. Ajuntament de Barcelona. *Plànolbcn*. [en línea]. [Fecha de acceso: 25 de septiembre de 2013]. URL disponible en <http://w20.bcn.cat/Guiamap/Default.aspx#x=30564.536&y=82089.299&z=5&w=556&h=548&base=GuiaMartorell&p=30564.536,82089.299>
4. Álvarez A. *Estilo y moda. Arnette*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.estiloymoda.com/articulos/arnette-coleccion-pv06.php>
5. Asociación Española de Optometristas Unidos. *Convenio Colectivo del sector de comercio al detal de Barcelona y su provincia 2011*. [en línea]. [Fecha de acceso: 28 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.aeoptometristas.es/docs/convenios/BARCELONA-2011.pdf>
6. Avizor Eye Care Solutions. *Sobre nosotros*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.avizor.es/nosotros.php>
7. Avizor: Eye care solutions. *Lentes blandas: All Clean Soft*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.avizor.es/productos.php>
8. Avizor: Eye care solutions. *Lentes blandas: Lacrifresh Comfort*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.avizor.es/productos.php?id_familia=756&id_producto=734&asl=3
9. Bassol Optic S.L. *Actualidad: Ralph Lauren presenta la colección Western*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.opticabassol.com/actualidad/blog/gafas-graduadas/ralph-lauren-presenta-coleccion-western_2
10. Bassol Optic S.L. *Gafas de Dior, para el gusto más ostentoso*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.opticabassol.com/actualidad/blog/historia-de-las-marcas/gafas-dior-gusto-elegante-ostentoso_8

11. Bassol Optic S.L. *Gafas de sol Gucci*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.opticabassol.com/gafas/ulleres/gucci-gg4230s-6dfjd_GUCCIGG4230S6DFJD_2298
12. Bassol Optic S.L. *Gafas de sol: Persol*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.opticabassol.com/gafas/persol-68>
13. Bassol Optic S.L. *Lentes oftálmicas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.opticabassol.com/gafas-bassol/tu-vision-nuestro-compromiso/gafas-muy-economicas/lents-graduades-receta-medica>
14. Bausch & Lomb Incorporate. *Mantenimiento de lentes de contacto: Soluciones únicas para lentes blandas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre del 2013]. URL disponible en: <http://www.bausch.com.es/es-es/nuestros-productos/mantenimiento-de-las-lentes-de-contacto/soluciones-unicas-para-lentes-blandas/>
15. Bausch & Lomb Incorporated. *Nuestra compañía*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.bausch.com.es/>
16. Cadena Visual, S.A. Opticalling. *Emporio Armani, gafas de sol para hombres urbanos y modernos*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.opticalling.com/blog/2013/07/24/emporio-armani-gafas-de-sol-para-hombres-urbanos-y-modernos/>
17. Carrasco J.R. Gaceta Business: *Merchandising: La vista, el sentido mas vendedor*. [en línea]. Abril 2013. [Fecha de acceso: 28 de septiembre de 2013]. No. 480. URL disponible en: <http://www.cgcoo.es/gaceta.asp?anio=2013&cod=94&concreto=s>
18. Chanel S.A. *Gafas: Gafas de sol*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.chanel.com/es_ES/moda/productos/gafas.html
19. Colegio de Ópticos-Optometristas. *Colegio: Código Deontológico*. [en línea]. [Fecha de acceso: 24 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.opticosoptometristasdegalicia.org/pdf/codigo_deontologico.pdf
20. Comercial Lentes Loring. comercial@lentesloring.com. *Información sobre gafas de lectura graduadas*. [en línea]. [Fecha de envío: 28 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Productos Loring S.A.U.
21. Comunidad de Madrid, Portal de Salud de la Comunidad de Madrid. *Entidades y empresas: Dirección Técnica*. [en línea]. [Fecha de acceso: 25 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1142637911793&language=es&pagename=PortalSalud%2FPage%2FPTSA_pintarContenidoFinal&vest=1142637909421

22. Comunidad de Madrid. *Establecimientos de óptica: Normativa aplicable*. [en línea]. [Fecha de acceso: 27 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.madrid.org/wleg/servlet/Servidor?opcion=VerHtml&nmnorma=3431&cde_stado=P
23. CondéNet Ibérica. *Vogue España: Loewe*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/loewe/143>
24. De Rigo SpA. *Corporativo*. [en línea]. [Fecha de acceso: 22 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.derigo.com/ita/>
25. *Definición y aplicación de las normas Apa y Vancouver*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de diciembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.slideboom.com/presentations/132879/Definici%C3%B3n-yaplicaci%C3%B3n-de-las-normas-Apa-y-Vancouver>
26. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (DGIPYME). *Formas jurídicas de empresa*. [en línea]. [Fecha de acceso: 26 de noviembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.ipyme.org/ES/CreacionEmpresas/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>
27. Distribuciones Ópticas J. Tena SCP. distribucionesopticas@hotmail.com. *Detalles de la cuenta*. [en línea]. [Fecha de envío: 30 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Distribuciones Ópticas Tena SCP.
28. Distribuciones Ópticas Tena SCP. *Empresa dedicada a la distribución y el servicio de artículos para el sector óptico*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.distribucionesopticas.es/index.php>
29. Europa Press Noticias S.A. *Economía: Luisa Delgado, nombrada consejera delegada del Grupo Safilo*. [en línea]. [Fecha de acceso: 20 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-empresas-luisa-delgado-nombrada-consejera-delegada-grupo-safilo-20131016114704.html>
30. EUTDH. *Investigación: Índice de UAB de actividad turística*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.eutdh.cat/articulos-mostra-1659-esp-indice_uab_de_actividad_turistica.htm
31. Fotoprix S.A. *Productos de imprenta*. [en línea]. [Fecha de acceso: 11 de Noviembre de 2013]. URL disponible en: http://www.fotoprix.com/es/imprenta-online/folletos-y-flyers/60_82
32. Francisco Gonzáles. francisco@idata.com.es. *iDATA Gestión de ópticas*. [en línea]. [Fecha de envío: 7 de noviembre de 2013]. URL correo electrónico enviado a IDATA Sistemas Informáticos, S.L.

33. Francisco Plaza. francisco.plaza@coopervision-es.com. COOPERVISION. [en línea]. [Fecha de envío: 21 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a CooperVision.
34. Gafas de Sol. *Acerca de las gafas de sol Chanel*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://gafas-sol.blogspot.com/2011/07/acerca-de-las-gafas-de-sol-chanel.html>
35. Gafas de sol. *Gafas de Sol DKNY*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://gafas-sol.blogspot.com/2011/06/gafas-de-sol-dkny.html>
36. GafasDsol.com. *Killer Loop*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en <http://www.gafasdsol.com/Killer%20Loop.html>
37. GafasOnline.es. *Gafas de sol Vogue*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.gafasonline.es/gafas-vogue-c-1_3692.html
38. GafasWorld. *Gafas graduadas Versace*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.gafasworld.es/gafas-de-dise%C3%B1o/Versace/>
39. GafasWorld. *Junior Kids gafas de sol*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.gafasworld.es/Gafas-de-Sol-deportivas/Junior+Kids/-Carrera>
40. Generalitat de Catalunya: Canal Empresa. *Sol-licitar l'autorització d'obertura i funcionament*. [en línea]. [Fecha de acceso: 27 de noviembre de 2013]. URL disponible en: <http://www20.gencat.cat/portal/site/canalempresa/menuitem.70b553dedcba063195813d10b0c0e1a0/?vgnextoid=497398d27befa310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=497398d27befa310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=59984ee6c029a3104ee6c029a3108d0c1e0aRCRD&idTipusAccio n=1&idAction=1>
41. Gómez G. *Gaceta Business: El sector español de la óptica oftálmica en 2012. Gaceta de Optometría y Óptica Oftálmica*. [en línea]. Julio 2013. [Fecha de acceso: 22 de septiembre de 2013]. No. 483. URL disponible en: <http://www.cgcoo.es/gaceta.asp?anio=2013&cod=97&concreto=s>
42. Guiarte Multimedia S.L. *Estilo y Moda: Arnette*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.estiloymoda.com/articulos/arnette-coleccion-pv06.php>

43. IDATA Sistemas Informáticos, S.L. *iDATA Gestión de Ópticas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 27 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.idata.com.es/idata_opticas.htm
44. IKEA Ibérica S.A. *Muebles y decoración*. [en línea]. [Fecha de acceso: 12 de noviembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.ikea.com/es/es/>
45. Instituto Nacional de Estadística. *Productos y servicios: El IPC en un clic*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de noviembre del 2013]. URL disponible en: <http://www.ine.es/ss/Satellite?L=0&c=Page&cid=1254735893337&p=1254735893337&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout>
46. Ivan Cotado Diseño de Interiores Blog. blog@ivancotado.es. *Formulario Contacto blog*. [en línea]. [Fecha de envío: 4 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Ivan Cotado Diseño de Interiores.
47. Ivan Cotado Diseño de Interiores. web@ivancotado.es. *Guía y Honorarios Ivan Cotado*. [en línea]. [Fecha de envío: 15 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Ivan Cotado Diseño de Interiores.
48. Iván Cotado. *Proyectos de Interiorismo Comercial: Guía de Contratación y Honorarios*. [en línea]. [Fecha de acceso: 15 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://ivancotado.es/Transparencia_3650/Ivan_Cotado_Honorarios_Proyecto_Interiorismo_Comercial.pdf
49. La Vanguardia Ediciones, SL. *Barcelona mantiene el número de turistas en 2012 pero caen un 6,8% los españoles*. [en línea]. 2013. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20130411/54372263014/barcelona-mantiene-el-numero-de-turistas-en-2012-pero-caen-un-6-8-los-espanoles.html>
50. Libertad Digital S.A. *Libro Blanco de la Visión Española: La mitad de los españoles no ha visitado nunca al óptico*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de diciembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.libertaddigital.com/salud/la-mitad-de-los-espanoles-no-ha-visitado-nunca-al-optico-1276378424/>
51. Loewe S.A. *Acerca de Loewe: Datos claves*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: http://www.loewe.com/eu_es/careers/
52. Longitud de Onda S.L. *Essilor: ver mejor el mundo*. [en línea]. [Fecha de acceso: 22 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.longitudeonda.com/index.php/essilor-ver-mejor-el-mundo-sponsor/>
53. Luxottica Group SpA. *¿Quiénes somos?*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.luxottica.com/en/about-us>

54. Marca España. La economía española crecerá a finales de 2013. [en línea]. [Fecha de acceso: 4 de enero de 2014]. URL disponible en: <http://marcaespana.es/es/economia-empresa/empresas-lideres/articulos/346/la-economia-espanyola-crecera-a-finales-de-2013>
55. Ministerio de Educacion. *Todo FP: Administración y gestión*. [en línea]. [Fecha de acceso: 25 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.todofp.es/todofp/Elige-tu-ocupaci-n/Administraci-n-y-gesti-n.html>
56. Mister Spex GmbH. *Gafas de sol Dolce&Gabbana*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.misterspex.es/gafas-de-sol/dolce-gabbana.html>
57. Mister Spex GmbH. *Gafas de sol: Prada*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.misterspex.es/gafas-de-sol/prada.html>
58. Mister Spex GmbH. *Gafas graduadas DKNY*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.misterspex.es/gafas/dkny.html>
59. Mister Spex GmbH. *Gafas graduadas Emporio Armani*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.misterspex.es/gafas/emporio-armani.html>
60. Netbuy e-commerce S.L. *Gafas de sol Tous*. [en línea]. [Fecha de acceso 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.gafanet.com/tous>
61. Óptica Arense. *Gafas de sol Oakley*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://opticaarense.com/index.php/catalogo/category/49>
62. Óptica Tena S.L. *Gafas de lectura o premontadas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.opticatenaonline.es/gafas-de-lectura.html>
63. Ortiz A. Gafas 24. *Emporio Armani*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.gafas24.es/marcas/emporio-armani/>
64. PC Mira- ECR&POS. *Importación y distribución de cajas registradoras y servicios asociados. Tecnologías del punto de venta, software periféricos y servicios asociados*. [en línea]. [Fecha de acceso: 22 de noviembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.pcmira.com/familia/cajas-registradoras/>
65. Productos Loring S.A.U. *Fabricación y distribución de Gafas de Lectura Pregraduadas y Premontadas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.lentesloring.com/>

66. Rankia, S.L. *Blogs: Luxottica la reina de las gafas*. [en línea]. [Fecha de acceso: 19 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.rankia.com/blog/oraculo-omaha/1231430-luxottica-reina-gafas>
67. Rankia, S.L. *Blogs: Tasa de paro y desempleo: Evolución de la tasa de paro 2013*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de noviembre de 2013]. URL disponible en: <http://www.rankia.com/blog/tasa-paro/1661875-evolucion-tasa-paro-2013>
68. Ruth Santos. rsantos@fincasanzizu.com. *Local Pelai 48. Bcn*. [en línea]. [Fecha de envío: 13 de noviembre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Fincas Anzizu.
69. Safilo. *Carrera*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://carreraworld.com/es/journey/>
70. Saludalia Interactiva. *Tipos de lentes de contacto*. [en línea]. [Fecha de acceso: 18 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.saludalia.com/vivir-sano/tipos-de-lentes-de-contacto>
71. Securitas Direct España S.A.U. *Alarma de alta seguridad: presupuesto*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de noviembre del 2013]. URL disponible en: <http://www.securitasdirect.es/calculadora2/index.html?camp=seo>
72. Sergio Zaragoza. zaragozs@essilor.es. *Essilor: Solicitud de información*. [en línea]. [Fecha de envío: 4 de octubre de 2013]. URL correo electrónico enviado a Essilor España S.A.
73. Sunglass Island. *Lentes de sol DKNY*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en <http://www.sunglassisland.com/blog/lentes-de-sol-dkny/>
74. Telefónica de España S.A.U. *Contratación de servicio telefónico e internet*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de noviembre del 2013]. URL disponible en: <https://www.movistar.es>
75. The Cooper Companies, Inc. *Sobre nosotros*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://coopervision.es/sobre-nosotros>
76. Tienda de Lupas. *Acerca de nosotros*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.tienda-de-lupas.es/info/Acerca-de-nosotros.html>
77. Todo Ópticas. *Gafas de sol Arnette*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.todoopticas.com/blog/gafas-de-sol/gafas-arnette/>
78. Tormocom SL. *Web que proporciona el acceso a multitud de informaciones, servicios, programas o datos, principalmente sobre franquicias*. [en línea]. [Fecha de acceso: 23 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.tormo.com/>

79. Visual-Click. *Gafas de sol: Boss Hugo Boss*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.visual-click.com/es/gafas-de-sol/boss-hugo-boss/3-94.html>
80. Visual-Click. *Gafas graduadas: Ralph*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://www.visual-click.com/es/gafas-graduadas/ralph/2-53.html>
81. Wikipedia. *Dolce & Gabbana*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Dolce %26 Gabbana](http://es.wikipedia.org/wiki/Dolce_%26_Gabbana)
82. Wikipedia. *Ray-Ban*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ray-Ban>
83. Wikipedia. *Versace*. [en línea]. [Fecha de acceso: 17 de octubre de 2013]. URL disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Versace>

...Agradecer a mis padres por haberme dado la oportunidad de poder cumplir uno de mis mayores propósitos y al resto de mi familia que han estado apoyándome en todo momento. También al Sr. Ramón Casabona que ha sido la persona que me ha estado orientando, corrigiendo, aportando ideas para mejorar y supervisando constantemente este trabajo, pero sobre todo por la motivación y el apoyo que he recibido durante este periodo. Finalmente, a Xavier y Alejandro Magrià, propietarios de VistaOptica Multilent S.A., quienes me han ayudado aportándome información imprescindible y sugerencias útiles para la realización de este proyecto.

84. ANEXOS

Anexo 1: Inversión inicial

- Activo no corriente
 - Inmovilizado material

CONSTRUCCIÓN, ACONDICIONAMIENTO Y MOBILIARIO		
ACTIVIDAD	PRECIO APROX	PLAZO
Certificado de Compatibilidad Urbanística	De 50 a 100 €	De 10 a 15 días
Proyecto de Interiorismo	4.880 €	De 1 a 2 meses
Proyecto de Actividad	Desde 1500€	De 1 a 2 meses
Licencia de Obras	De 70 a 100€	De 15 a 30 días
Dirección de obras del diseñador de interiores	0 €	Lo que dure la obra
Ejecución de Obra	800€/m2=80000€	De 2 a 3 meses
Certificado de Organismo de Control Autorizado	De 200 a 250€	10 días
Licencia de Apertura	De 150 a 250€	De 15 a 30 días
TOTAL	De 86850 a 87080€	

EQUIPOS Y APARATOS OPTOMÉTRICOS Y DE TALLER	
NOMBRE	PRECIO (IVA incl.)
OPTOMETRÍA	
Unidad de refracción	5.711
Foróptero manual	3.503
Equipo de oftalmoscopio y retinoscopio	999
Proyector de test	1.438
Pantalla de proyección	5.583
Lámpara de hendidura	2.521
Autorrefractokeratómetro	7.744
Tonómetro portátil	2.631
Montura de prueba estándar	220
Maletín de caja de lentes de prueba	605
Frontofocómetro	1.273
Pupilómetro	600

TALLER	
Biseladora manual	915
Ventilete	203
Calentador de arena	496
Tensiscopio	300
Accesorios (tornillos, plaquetas)	147
Alicates	126
Destornilladores	115
Cirex	7
Material, instalación y gastos de envío	54
TOTAL	35.191

EQUIPOS INFORMÁTICOS			
DESCRIPCIÓN	PVP (IVA incl.)	CANTIDAD	TOTAL
Monitor registrador, caja portamonedas eléctrico, lector de código de barras, impresora de tickets	1400	1	1400
Monitor Led	159	2	318
CPU	444	2	888
Impresora	70	1	70
Teléfono	50	1	50
TOTAL	2.063	7	2.726

- Inmovilizado inmaterial

Aplicaciones Informáticas y otros gastos		
APLICACIÓN	CANTIDAD	PRECIO (IVA incl.)
iDATA Gestión de ópticas RED	1	1.231
Antivirus + Office	1	129
TOTAL	4	1.360

Gastos de constitución	
Trámite	Coste
Certificación negativa del nombre	23
Escritura Pública	1.656
Número de Identificación Fiscal	2
Impuestos sobre actos jurídicos documentados	0
Inscripción de la empresa	244
Total	1.925

Anexo 2: Cuadro de amortización de préstamo concedido

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO CONCEDIDO			
AÑO	Cuota anual	Cuota interés anual (7%)	capital pendiente
Año 0			110.000
Año 1	5.500	7.700	104.500
Año 2	5.500	7.700	99.000
Año 3	5.500	7.700	93.500
Año 4	5.500	7.700	88.000
Año 5	5.500	7.700	82.500
Año 6	5.500	7.700	77.000
Año 7	5.500	7.700	71.500
Año 8	5.500	7.700	66.000
Año 9	5.500	7.700	60.500
Año 10	5.500	7.700	55.000
Año 11	5.500	7.700	49.500
Año 12	5.500	7.700	44.000
Año 13	5.500	7.700	38.500
Año 14	5.500	7.700	33.000
Año 15	5.500	7.700	27.500
Año 16	5.500	7.700	22.000
Año 17	5.500	7.700	16.500
Año 18	5.500	7.700	11.000
Año 19	5.500	7.700	5.500
Año 20	5.500	7.700	0