

## AYUDAS LEADER 2016

Manual para la cumplimentación del sistema de recogida de datos para la solicitud de Ayuda LEADER 2016.

Dirección web: [CamaraZaragoza.com](http://www.camarazaragoza.com):

<http://www.camarazaragoza.com/ayudas/ayudas-leader-para-operaciones-de-desarrollo-local-dentro-del-programa-de-desarrollo-rural/>

Este documento describe como debe tratarse la información a la hora de introducirla para emitir un informe.

**Las preguntas que pueden presentar alguna dificultad, cuentan con indicaciones bajo el epígrafe de la pregunta. No obstante, este manual hace alguna consideración complementaria.**

### ATENCIÓN:

Es imprescindible la correcta introducción de los datos tal y como se indica, ya que, la introducción de datos sin seguir las instrucciones sobre la periodicidad o los importes sin los cálculos de IVA que se generen en ingresos o los gastos, pueden introducir importantes distorsiones en la imagen fiel del negocio.

**NO OLVIDES** guardar el enlace que genera Google form cuando has terminado de introducir tus datos. Podrás utilizar ese enlace para incluir nueva información o hacer alguna modificación posterior. Si las realizas días más tardes, avísanos primero, porque puede que hayamos emitido tu informe!!!.

### ACLARACIONES SOBRE LAS PREGUNTAS:

#### Idea de negocio:

Debe dar una **idea rápida de la actividad que desarrolla**, del sector en el que trabaja, y de la dimensión (autónomo, S.L., S.C. S.A.). 3 líneas máximo.

Cuando se trate de una empresa todavía no creada, y no dispone de nombre comercial o denominación, poner el nombre del promotor de la empresa.

Los formatos de fecha, en general serán: dd/mm/aaaa.

La descripción del mercado debería contener: ¿Qué tipo de clientes son, ¿dónde residen?, ¿hay posibilidad de vender fuera de la población de origen de la empresa? ¿Qué necesidades solventa el producto/servicio?

### Consideraciones sobre la elaboración del DAFO:

**Debilidades y Fortalezas** tienen que ver, exclusivamente, con el ámbito interno de la empresa. (motivos de estructura y organización, costes, procesos productivos o procesos de prestación de servicios, indicadores financieros, endeudamiento, formación).

**Amenazas y Oportunidades** tienen que ver, exclusivamente, con el ámbito externo a la empresa en el que se desenvuelve. (cambios legislativos, cambios sociales, movimientos migratorios, evolución tecnológica, innovación social, cambio de gustos o necesidades de la población, etc.).

Tenga en cuenta que Debilidades y Amenazas: Reflejan desventajas competitivas reales o potenciales y que Fortalezas y Oportunidades, reflejan ventajas competitivas, reales o potenciales.

### PLAN DE MARKETING

Consideraciones sobre las preguntas que cuestionan sobre el Precio: Los precios han de reflejarse con el IVA incluido. En caso de existir más de una línea de producto, especificar el precio por línea de producto. Calcular un precio medio.

Consideraciones sobre las preguntas de Promoción y publicidad:

- **Promoción:** Establecer si existe estacionalidad en las ventas, si existen periodos de rebajas o de ofertas especiales. Cómo es el tipo de venta, (directa al comprador, con comerciales, con intermediarios, a través de internet...), se utiliza algún tipo de canal.
- **Publicidad:** ¿Se efectúa publicidad? ¿Qué tipo de soportes se utilizan para hacer publicidad? ¿Qué recursos publicitarios se utilizan?

Cuando se pide una cifra, tal como el número de trabajadores autónomos, p.e.: si no hay ninguno, no dejar en blanco. Hay que poner 0.

### ESTUDIO FINANCIERO

**La inversión:** El dato de inversión realizada tiene que ser una **cifra en euros que contendrá incluido el iva**. Este campo no admite texto.

(EJEMPLO: **NO introduzca** los datos de esta forma: “**100.000 + IVA**”).

El modo correcto de hacerlo es introducir la cifra calculada: 121.000, esto es 100.000 de importe más 21.000 de IVA).

Hay que tener en cuenta que la financiación propia y la ajena debe sumar el 100% de la inversión.

Cuando se pide una estimación, especialmente si es anual, pueden encontrarse dificultades. En ese caso reducir a estimación diaria o mensual y multiplicar por los días de apertura anual o bien por 12 meses.

### **MARGEN MEDIO**

Tomar como referencia el precio de compra (o coste de producción) del producto con IVA incluido. Igualmente para la venta tomar como referencia el precio de venta del mismo producto con iva incluido. (ejemplo: precio de producción de 1 tonelada de fruta y precio de venta de 1 tonelada de fruta; Precio de compra con iva de un ordenador y precio de venta con iva del mismo ordenador.

### **DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA A INCORPORAR.**

**Atención:** La financiación de la aportación propia más la financiación bancaria tiene que sumar el 100% de la financiación.

### **RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD DEL EJERCICIO 2015.**

Estas preguntas corresponden a los datos de la cuenta de resultados, pueden obtenerse directamente de la contabilidad, ya que son cuentas anuales. El importe de las mismas es en Euros y en términos anuales. **TODOS ESTOS DATOS serán incluidos SIN IVA.**

**Solución de dudas** para la cumplimentación del cuestionario:

<b>Cámara Zaragoza</b> Área de Creación de Empresas y Competitividad. 976306161 emprender@camarazaragoza.com	<b>Cámara Huesca</b>	<b>Cámara Teruel</b>
--	----------------------	----------------------