**½. Presentación y plan de marketing.**

Nuestro proyecto consta de un local que reúne la función tanto de restaurante como de supermercado en el cual disponemos a su vez de un doble servicio.

Por una parte, podemos encontrar la zona de restaurante donde nuestros clientes podrán disfrutar de un servicio innovador y original. Se trata de un restaurante único en la zona, donde contarán con diversas opciones. Entre ellas podemos distinguir la opción de la degustación de nuestros menús que varían semanalmente y podemos encontrar una gran variedad en estos, teniendo en cuenta tanto a aquellas personas que presentan alteraciones alimentarias como a aquellas personas que tienen diferentes regímenes alimentarios (vegetarianos, veganos…).

También queremos que nuestro restaurante sea lo más sostenible posible ya que, aunque buena parte de la sociedad ya ha tomado conciencia de lo importante que es preservar el medio ambiente, todavía queda mucho por hacer.

Por ello, en primer lugar, donamos todos los alimentos que nos sobran a las personas más desfavorecidas. A continuación, elaboramos un inventario sobre los productos perecederos, es decir, la gestión sostenible de un restaurante pasa por tener un inventario actualizado con el fin de evitar el desperdicio de alimentos y, en consecuencia, ahorrar el máximo dinero posible.

Por otro lado, tratamos de fomentar la agricultura ecológica, además de fomentar nuestro huerto ecológico con el fin de autoconsumo los alimentos cultivados por nosotros, solamente consumiremos productos ecológicos, nuestros proveedores garantizarán la calidad y el cultivo cumplen con los estándares de la agricultura ecológica.

En segundo lugar, la reducción de la cantidad de residuos. Ya que los residuos orgánicos acaban principalmente en los vertederos o en una planta de compostaje. Todo esto se suma al sistema de reciclaje con el que contamos en la empresa, el cual se basa en la ubicación de contenedores de colores en nuestras inmediaciones para ofrecer la posibilidad al cliente de que sea él mismo quien deposite sus sobras

También tenemos en cuenta el agua, donde intentamos no malgastar el agua con acciones como utilizar el lavavajillas sólo cuando esté lleno, instalar grifos con sensores de movimiento…

En tercer lugar y, por último, la participación en causas solidarias. En fundaciones que ayudan a los más desfavorecidos, eventos con fines solidarios...

Por la otra, en el supermercado disponemos de una marca exclusiva de productos, con gran variedad, aunque la especialidad de nuestros productos está dirigida especialmente para gente vegetariana y vegana. No por ello dejaremos de vender en nuestro establecimiento productos derivados de los animales, como la carne o los lácteos, seguirá siendo un supermercado que vende todo tipo de productos, pero con especialidad en productos demandados por vegetarianos y veganos.

Al mismo tiempo, presentamos una nueva forma de negocio: comprar la comida que tú quieras que cocinemos en nuestras cocinas, es decir, cada consumidor es libre de escoger qué quiere comer. Esto no quiere decir que el precio sea superior al tener que consumir en los dos establecimientos, el consumidor compra lo que él desea (a precio de mercado) en el supermercado y después únicamente pagará por el cubierto en el restaurante. Pensamos que a través de este método ofrecemos productos con un gran valor añadido a precios competitivos, menores que en un restaurante tradicional. Esta ventaja competitiva permite que nuestro establecimiento tenga demanda de nuestras instalaciones ya que pueden tener una experiencia gastronómica maravillosa, compartiendo cocina y conocimientos con nuestros cocineros expertos para posteriormente repetir dicha experiencia en sus domicilios con nuestros productos.

Entre nuestras propuestas está la elaboración de menús equilibrados basados en la dieta mediterránea utilizando todo tipo de productos naturales, basada en la variedad de nuestros productos, carnes, pescados, verduras, especializándonos en productos veganos y en las dietas de deportistas de élite.

Apostamos por la calidad de nuestros productos, para que así nos hagas destacar en el mercado, no solo centrando nuestros intereses en asuntos medioambientales sino también en algunos problemas que puedan surgir en nuestra sociedad o que ya están presentes (cada vez de una forma más elevada) como puede ser la obesidad ya que, en un estudio realizado en 2016, se demostraba que más de 1900 millones de adultos tenían sobrepeso y más de 650 millones eran obesos... Cada año mueren, como mínimo, 2,8 millones de personas a causa de la obesidad o sobrepeso. La prevalencia de la obesidad se ha casi triplicado entre 1975 y 2016. Por ello también pensamos que es importante llevar una dieta saludable en nuestro día a día para evitar este tipo de problemas tan frecuentes en nuestra sociedad. Con ello, queremos mostrar a nuestra clientela nuestro gran compromiso social y aumentar la diferenciación con el resto de franquicias competentes a nosotros.

 Además, presentamos otra novedad, la creación de una aplicación para todos aquellos que consuman en el supermercado, dispondrán de un escáner para los tickets y así, automáticamente entrarán en sorteos, tendrán descuentos en los menús, y/o accesos gratuitos a eventos privados que den a conocer otras marcas locales como, por ejemplo, catas de productos. Con esto, no queremos dar a entender que es únicamente obligatorio comprar en el supermercado para poder comer en el restaurante, existe la opción de escoger tu propia comida para que la cocinemos nosotros, dejarte sorprender por nuestros menús como hemos comentado anteriormente, o hacer la compra normal, y realizarlo tú en tu domicilio.

2. CÓMO SURGIÓ LA IDEA

La idea surgió porque un día quedamos nuestro grupo de amigos y dentro de este, una de las componentes era vegetariana y tuvimos una gran dificultad para encontrar un sitio donde poder disfrutar de una buena comida juntos con una igualdad tanto de condiciones como de variedad.

Dada esta situación, se nos ocurrió la idea de hacer realidad un lugar en el que personas con diferentes regímenes alimentarios pudieran recibir un servicio a la altura de sus gustos y necesidades.

Una vez creada, fuimos matizando algunos detalles para concienciar un poco más a la sociedad sobre el cambio climático y intentar combatirlo, al mismo tiempo, intentamos ayudar a todas las personas que lo necesitan proporcionándoles aquellos alimentos que podamos ofrecerles.



3. ANÁLISIS DAFO

|  |  |
| --- | --- |
| DEBILIDADESPoca experiencia a la hora de llevar negocios.Gran inversión de capital.Dificultad para competir con otros gastrobares de mayor reputación. | AMENAZASCompetencia con experiencia.Otros restaurantes con mayor reputación que el nuestro.Clientes habituales pueden elegir otro restaurante por su política de precios.Inversión inicial elevada a la que igual no podemos hacer frente. |
| FORTALEZASCubre varias necesidades de la sociedad.Al ser 3 componentes disponemos de mayor cantidad de capital.Detectamos las necesidades de los clientes e intentamos satisfacerlas.Instalaciones modernas.Materias primas de primera calidad | OPORTUNIDADESPodemos destacar por ofrecer productos que otros restaurantes y supermercados no ofrecen.El interés por la salud y el bienestar de la sociedad. Boom de los alimentos ecológicos. |

4. Factores diferenciadores que se implementan con la idea empresarial que se presenta.

Con la idea empresarial que queremos presentar, encontramos los siguientes factores diferenciadores:

* Aplicación, que proporciona todo tipo de información de los menús diarios, ofertas, descuentos a través de los tickets, entradas gratuitas en los eventos que se realicen...
* Supermercado, se trata de un mercado propio, proporcionando la calidad que necesitan los consumidores.
* Calidad del producto,
* Relación supermercado-restaurante, cuando el consumidor compra su propia comida y nosotros se la preparamos.
* Calidad/ experiencia del personal, buscaremos personal totalmente cualificado para ofrecer mejor servicio cara al público, tanto de camareros como de cocineros.
* Compromiso social y medioambiental, cumpliendo con las necesidades de la sociedad en sí.

Objetivos a corto plazo acordes con las debilidades del DAFO – Incluir debe existir una relación o acciones encaminadas a que las debilidades no se conviertan en Amenazas. Generalmente acciones en base a las variables MIX – Precio, producto, promoción y distribución

5. Estudio de mercado con un breve resumen de la clientela potencial, competidores, proveedores y zona geográfica de ubicación de la empresa.

Nuestro proyecto está dirigido a todo tipo de clientela, permite poder disfrutar a cualquier persona de la calidad de nuestros productos y de la gran variedad que ofrecemos de los mismos.  Es un proyecto pensado para todo tipo de público, gustos y preferencias.

Nuestra empresa está situada en la población de Almazora, en un lugar tranquilo ya que queremos que los clientes puedan disfrutar de nuestro restaurante con plenas facultades. Los clientes pueden encontrar la ubicación exacta en nuestra App (disponible tanto en Android como en Apple) la cual cuenta con la ayuda de la app Google Maps.

**3. Plan de producción y calidad.**

3.1. PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Este establecimiento cuenta con numerosos acuerdos con diferentes proveedores de productos de comidas, frutas, hortalizas, y demás materias primas para la elaboración del producto final, puesta para su consumo y venta. Para la distribución y elaboración de los productos, contamos con 60 metros cuadrados situados en la parte de atrás del local donde se ubica el almacén y nuestro huerto privado. Para la elaboración y distribución del producto, el local cuenta con una lista (carta) para el cliente consumidor, junto con los platos especiales de la casa.

Tenemos previstas unas ventas que nos proporcionarán unos 636.000€. Nuestras expectativas se basan en la experiencia en proyectos similares y la necesidad de un lugar que se base en la calidad de sus productos y en los principios basados en el buen comer o dicho de otra manera “somos lo que comemos”.

También tendremos unos ingresos financieros de 125€ y por último un activo corriente de unos 52.596€.

3.3. EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA

La apertura de un nuevo establecimiento, se afronta, mediante una serie de desembolsos económicos que incluye, desde las grandes inversiones como la maquinaria, o el mobiliario, hasta los utensilios y herramientas como por ejemplo los productos de menaje. Analizaremos cada uno de ellos. Podemos distinguir tres partes dentro de equipamientos e infraestructura como bien hemos comentado anteriormente.



En primer lugar, empezaremos con la maquinaria utilizada en nuestro negocio, dentro de esta podemos encontrar algunos ejemplos como los mostrados a continuación:

· Plancha de 3 fogones

· Freidora Industrial

· Hornos especializados

· Microondas

· Máquinas de ocio y consumo (tabaco)

· Caja registradora

· Ordenadores

En segundo lugar, hablaremos del mobiliario, siguiendo el modelo anterior, mostraremos algunos ejemplos que podemos encontrar en nuestro local:

* Espejos
* Taburetes
* Mesas
* Sillas

Por último, hablaremos de unos ejemplos de utensilios y herramientas utilizados, entrará todas las herramientas utilizadas en la cocina de un restaurante, lo necesario en el comedor y salón, etc.

* Platos
* Vasos
* Cuchillos
* Sartenes
* Cuchillos

3.2. CALIDAD

En nuestra empresa procuramos que todo tenga la mayor calidad posible, en todos los ámbitos que este conlleve.

Principalmente nos centramos en la calidad de nuestros productos, por ello, nuestros productos serán ecológicos y nuestros proveedores garantizarán la calidad de los mismos.

Por último, le damos mucha importancia a la calidad de nuestro mobiliario para que nuestros clientes puedan disfrutar de su experiencia en nuestro local al máximo.

3.5. MEDIO AMBIENTE

Un restaurante sostenible debería respetar el medio ambiente. Se trata de un esfuerzo en utilizar productos ecológicos, ingredientes locales, reducir el desperdicio de alimentos y la cantidad de carne en la carta, reducir el uso de envases, ahorrar agua y energía o producir el mínimo de residuos. En el sector gastronómico existen un montón de oportunidades para limitar tu huella ecológica. Por ello, nuestro negocio está totalmente comprometido con el medio ambiente.

Las personas y las relaciones juegan un papel clave en la gastronomía, ya se trate de los empleados, proveedores, clientes o la comunidad local. Un restaurante sostenible a largo plazo no puede funcionar sin empleados satisfechos, con los que se trata de manera justa, reciben un sueldo digno, tienen derecho a vacaciones o se pueden aprovechar de beneficios para empleados. Los que están contentos con su trabajo permanecerán en él varios años y no sólo meses. Es igual de importante la responsabilidad hablando de proveedores, basada en buenas relaciones, por ejemplo, refiriéndonos a pagar a tiempo. Y por último y no menos importante, el plano social de la sostenibilidad se crea con una comunicación transparente y abierta con los clientes.

La sostenibilidad no son sólo unas nobles ideas sobre la salvación del mundo. Muchos cocineros están de acuerdo que este modelo de funcionamiento requiere una inversión inicial en forma de tiempo y energía, pero el resultado vale la pena. Un restaurante sostenible funciona con mucha más eficacia. Por ejemplo, porque no desperdicia sus recursos y se acerca a los principios de economía circular.

**4. Plan de organización y gestión.**

**4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

Con la idea empresarial que queremos presentar, encontramos los siguientes factores diferenciadores:

* Aplicación, que proporciona todo tipo de información de los menús diarios, ofertas, descuentos a través de los tickets, entradas gratuitas en los eventos que se realicen...
* Supermercado, se trata de un mercado propio, proporcionando la calidad que necesitan los consumidores.
* Calidad del producto,
* Relación supermercado-restaurante, cuando el consumidor compra su propia comida y nosotros se la preparamos.
* Calidad/ experiencia del personal, buscaremos personal totalmente cualificado para ofrecer mejor servicio cara al público, tanto de camareros como de cocineros.
* Compromiso social y medioambiental, cumpliendo con las necesidades de la sociedad en sí.

Objetivos a corto plazo acordes con las debilidades del DAFO.

**4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.RECURSOS HUMANOS.**

Los recursos humanos son un departamento dentro de las empresas en el que se gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en ella. Esto incluiría desde el [reclutamiento](https://factorialhr.es/blog/reclutamiento-seleccion-personal/), selección, contratación, [onboarding](https://factorialhr.es/blog/plan-onboarding-empleados/) o bienvenida, formación, promoción, [nóminas](https://factorialhr.es/blog/como-hacer-nomina-irpf-cotizacion/), contratos y despidos. En resumidas cuentas, el departamento de recursos humanos debe trabajar para todas las personas que forman parte del equipo humano de la empresa.



**4.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Nuestra empresa tiene un compromiso social, medioambiental y económico. La responsabilidad social corporativa se basa en los conceptos antes mencionados.

* La responsabilidad medioambiental y el compromiso con el entorno se plasman en compromisos como la reducción de residuos, el no malgastar recursos y otras actuaciones medioambientales aplicadas en nuestra actividad.
* El compromiso social es importante ya que pretendemos como hemos mencionado apoyar causas solidarias y a fundaciones que apoyan a colectivos desfavorecidos. Además, los alimentos sobrantes en nuestro restaurante serán donados gratuitamente a estas organizaciones.
* Respecto al aspecto económico pretendemos realizar una actividad rentable basando nuestra actividad en los principios antes citados.

**4.4 INNOVACIÓN**

Las innovaciones que presentamos con nuestro proyecto es la comodidad de poder comprar tus productos y tan solo cruzando una puerta que te puedan cocinar dichos productos pagando solo los cubiertos que tienes que utilizar. Además de esto encontramos una gran innovación al formar un restaurante y utilizar en este todos los productos provenientes de materiales reciclados con el fin de reducir la contaminación que se da en el resto de restaurantes. Otro ámbito de innovación que podemos destacar en el mercado es que escaneando los tickets los clientes pueden recibir tanto descuentos como entradas gratuitas a eventos privados en el local, cenas gratuitas o descuentos en estas.

**5. Área jurídico-fiscal.**

**5.1** Determinación de la forma jurídica.

En cuanto a la forma jurídica, nuestra empresa será una *sociedad anónima.*

La sociedad anónima es una forma de organización muy utilizada entre las grandes compañías. Todo el capital se encuentra dividido en acciones, que representan las participaciones de cada socio en el capital de la empresa. Una de las características de la sociedad anónima es que la responsabilidad de cada socio es proporcional al capital aportado (en nuestro caso, tenemos la misma responsabilidad pues los tres aportamos la misma cantidad de capital). En una sociedad anónima cada accionista no responde personalmente ante las dudas, razón por la cual es una de las formas de organización empresarial más utilizada.

Se tributa a través del impuesto de Sociedades y el IVA. Son una fórmula poco habitual para emprender ya que implican trámites de gestión y constitución más complejos, lo que aumenta los costes.

**5.3** Permisos, licencias y documentación oficial.

- Seguridad Social

* Afiliación de la empresa a la Seguridad Social.
* Afiliación de cada trabajador.

- Hacienda pública.

* NIF.
* Alta en el censo de impuestos.
* Impuesto de Actividades Económicas.
* Impuesto de sociedades.
* Impuesto sobre la renta de personas físicas.

-Conselleria de Medio Ambiente

* Solicitud ambiental integrada.

- Ayuntamiento

* Licencia de obras.
* Licencia de actividad.

Delegación de la Agencia Tributaria:

* Alta censal: NIF, IVA, IRPF, IS.
* IAE (Impuesto Actividades Económicas): Actividades industriales y comerciales, Actividades profesionales.
* Obligaciones fiscales periódicas: IVA, IRPF y IS.

INSS (Instituto Nacional de la Seguridad Social): Inscripción de la empresa (número de patronal) y alta empresarial o autónomos, alta en la mutua de accidentes de trabajo, inscripción de trabajadores.

* Delegación de trabajo: notificación de apertura de centro de trabajo, libro de visitas y libro de matrícula del personal.
* Administración europea: solicitud de subvenciones y créditos.
* Registro Propiedad Industrial: nombre comercial, patentes, marca.
* Registro mercantil: legalización de libros de comercio.
* Compañías privadas: luz, agua, teléfono, internet, pólizas de seguro...
* Servicios de profesionales independientes: notarios, asesores, publicistas...
* Entidades bancarias: apertura de cuentas corrientes, préstamos…

TRÁMITES DOCUMENTALES:

* Certificación negativa del nombre de la sociedad: Escoger un nombre y comprobar que no existe otro con el mismo nombre en el Registro Mercantil.
* Otorgamiento de la estructura pública de Constitución: Estatutos que regirán la empresa y los pactos entre los socios ante notario.
* Trámites de la agencia tributaria: Se solicita el número de Identificación Fiscal de la empresa (NIF), se da de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE) y se legalizan los libros oficiales obligatorios.
* Trámites en la seguridad social: Se inscribe la empresa en el registro de la Seguridad Social y se hacen los trámites para inscribir a los trabajadores contratados.
* Trámites en el ayuntamiento: Solicitud de la licencia de actividad (autorización para iniciar la actividad) y solicitud de licencia de obras.



**6. Plan económico-financiero.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |  |
|  | A) ACTIVO NO CORRIENTE |  |  |  | A) PATRIMONIO NETO |  |  |  |  |
|  | I. inmovilizado intangible | 500 | 500 | 500 | A-1) FONDOS PROPIOS |  |  |  |  |
|  |  |  | 0 |  | Capital social /capital | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 |  |
|  | II. Inmovilizado material | 176.400,00 | 179.040,00 | 181.944,00 | Resultado del ejercicio | 54.656,25 | 57.496,88 | 54.382,97 |  |
| 210 | Terrenos y bienes naturales | 40.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 | A-2) SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS INCLUIDOS | 3.500,00 | 3500 | 8.500,00 |  |
| 211 | Construcciones | 110000 | 110000 | 110000 | B) PASIVO NO CORRIENTE |  |  |  |  |
| 213 | Maquinaria | 15.000,00 | 16.500,00 | 18.150,00 |  |  |  |  |  |
| 216 | Mobiliario | 9.000,00 | 9.900,00 | 10.890,00 | Deudas a largo plazo con entidades de crédito | 206648 | 185983,2 | 167384,58 |  |
| 217 | Equipos para procesos informáticos | 2400 | 2640 | 2904 | Proveedores de inmovilizados a largo plazo | 44100 | 35808 | 32749,92 |  |
| 218 | Elementos de transporte | 0,00 | 0,00 | 0,00 |  |  |  |  |  |
| 281 | Amortización acumulada de inmovilizado material | -35.330,00 | -35.858,00 | -36.438,80 |  |  |  |  |  |
| 282 | Amortización acumulada de inmovilizado inmaterial | -50,00 | -50,00 | -50,00 |  |  |  |  |  |
|  | B) ACTIVO CORRIENTE |  |  |  | C) PASIVO CORRIENTE |  |  |  |  |
|  | I. Existencias | 5500 | 7250 | 6200 | Deudas a corto plazo con entidades de crédito | 1707,75 | 36596,99 | 51375,6875 |  |
| 300 | Mercaderías | 5500 | 7250 | 6200 | Proveedores de Inmovilizado a corto plazo | 0 | 0 |  |  |
|  | II Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 1900 | 1850 | 1915 | Proveedores | 6500 | 10590 | 16300 |  |
| 430 | Clientes | 100 | 150 | 135 | Proveedores, efectos comerciales a pagar |  |  |  |  |
| 431 | Efectos comerciales a cobrar | 500 | 350 | 380 | Acreedores por prestaciones de servicios | 6600 | 7800 | 8666,29 |  |
| 440 | Deudores | 2300 | 2400 | 2230,25 | Hacienda pública, acreedora por conceptos fiscales | 2700 | 4800 | 5340 |  |
|  | III efectivo y otros activos líquidos equivalentes | 27196 | 31226,53 | 31300 | Organismos de la Seguridad Social, acreedores. | 1.700,00 | 1800 | 2860 |  |
| 570 | Caja, euros | 9600 | 10700 | 14750 |  |  |  |  |  |
| 572 | Bancos e instituciones de crédito, c/c vista, euros | 17.596,00 | 20526,53 | 16550 |  |  |  |  |  |
|  | TOTAL ACTIVO (A+B) | 388.112,00 | 404.375,06 | 407.559,45 | TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO(A+B+C) | 388.112,00 | 404.375,0 | 407.559,45 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 7 | IMPORTE NETO CIFRA DE NEGOCIO |  |  |  |
|  | Ventas | 636000 | 667800 | 701190 |
|  |  |  |  |  |
| 6 | GASTOS DE EXPLOTACIÓN |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | COMPRAS | 254400 | 267120 | 280476 |
|  | VARIACION DE EXISTENCIAS | 2350 | 2467,5 | 2590,875 |
|  | SUELDOS Y SALARIOS | 273000 | 286650 | 300982,5 |
|  | SEGURIDAD SOCIAL A CARGO EMPRESA | 23400 | 24570 | 27598,5 |
|  | OTROS GASTOS DE EXPLOTACION | 3600 | 3780 | 3969 |
|  | SUMINISTROS | 5000 | 5250 | 11512,5 |
|  | Alquiler local | 0 | 0 | 0 |
| A) | RESULTADO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS | 74250 | 77962,5 | 74060,625 |
|  |  |  |  |  |
|  | ING. FINANCIEROS | 125 | 150 | 200 |
|  | GASTOS FINANCIEROS | 1500 | 1450 | 1750 |
|  |  |  |  |  |
| B) | RESULTADO FINANCIERO | -1375 | -1300 | -1550 |
|  |  |  |  |  |
| A+B | RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS | 72875 | 76662,5 | 72510,625 |
|  |  |  |  |  |
|  | IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS | 18218,75 | 19165,625 | 18127,65625 |
|  |  |  |  |  |
|  | RESULTADO EJERCICIO | 54656,25 | 57496,875 | 54382,96875 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**APP  (boceto)**

****

****