

300 planes de negocio

**Plan de negocio
CHURRERÍA**

Sector de Hostelería, Restauración y Turismo

Datos de 2005



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La actividad que desarrolla este negocio es la elaboración y venta al detalle de masa frita y patatas fritas.

1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

Dentro de la normativa a tener en cuenta para este tipo de negocios, se encuentran las siguientes:

- Real Decreto 709/2002, sobre el Estatuto de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, con ámbito de aplicación nacional, a 19 de Julio 2002.
- Real Decreto 2207/1995, de 28 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios.
- Ley 11/97, de 24 de abril, sobre envases y residuos desarrollada según la Directiva 94/62/CE.
- RD 381/1984 sobre la Reglamentación técnico-sanitaria del comercio minorista de alimentación.
- Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

Otra cuestión muy importante a tener en cuenta es la referente a la elección del local ya que, al tratarse de una actividad clasificada, será necesario cumplir una serie de requisitos sobre salida de humos, desagües, instalación eléctrica, etc. Es necesario por tanto comprobar que el local permita este tipo de uso.

Por otra parte, será necesario observar a la normativa referente al comercio minorista, la cual se recoge fundamentalmente en:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no requiere grandes requisitos de formación, aunque es necesario poseer formación o experiencia en la elaboración de los productos que se comercialicen.

También es necesario que las personas que vayan a desarrollar este negocio tengan habilidades en la atención al cliente, dotes comerciales y un buen desempeño del trabajo.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El consumo de churros en España es muy popular en España. Es frecuente encontrar este producto en cafeterías, chocolaterías, quioscos dedicados exclusivamente a la venta de churros, etc.

La mayoría de los negocios dedicados a la venta de churros y patatas fritas son, en su mayoría, negocios de tradición familiar que han ido pasando de padres a hijos. Paralelamente al paso de generación el negocio ha ido evolucionando aumentando el número de servicios y productos que se ofrecen.

Los pequeños despachos donde solamente se puede adquirir churros y patatas fritas consiguen sobrevivir gracias a la localización del lugar. Estos negocios los encontramos cercanos a cafeterías, con un gran volumen de clientes en horarios de mañana y tarde. También pueden estar ubicados estratégicamente en lugares muy céntricos en una zona de paso o de gran afluencia de público, especialmente durante los fines de semana.

2.2. La competencia

Para el estudio de la competencia será necesario analizar distintos tipos de competidores:

- **Churrerías de la zona:** Es importante conseguir un producto y servicio de calidad para conseguir afianzarse con los clientes, sobre todo con aquellos que se desplazan para la compra del producto y consumirlos en su casa.
- **Cafeterías:** Existen algunas cafeterías que elaboran los churros y los ofrecen como productos propios.
- **Establecimientos que venden masa frita congelada:** Actualmente se pueden comprar en cualquier superficie comercial, los clientes lo almacenan y elaboran en sus hogares. El precio es sensiblemente inferior

- **Empresas que ofrecen el servicio a domicilio:** Existen algunas empresas dedicadas a esta actividad que ofrecen el servicio a domicilio, a casas particulares, oficinas o cafeterías. Como ejemplo encontramos la empresa "Tele – churro".

2.3. Clientes

El negocio se dirigirá al público en general, y principalmente al de fin de semana. Los clientes se diferenciarán entre los que compran el producto para llevarlo a casa y los que lo compran para consumirlo en las cafeterías cercanas.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Las líneas estratégicas a seguir para un negocio como el que se propone deben basarse en los siguientes aspectos:

▪ **Ofrecer un servicio y productos de calidad:**

Para ello, es conveniente tener en cuenta que:

- **El local** es un punto de venta, en donde los clientes van a adquirir el producto de forma generalizada para consumirlo en su casa, por ello es fundamental establecer una organización de la producción que permita un servicio rápido.
- **Ofrecer una imagen** de pulcritud, manteniendo el local limpio, y de profesionalidad por parte de los trabajadores, para ello es importante que posean una indumentaria limpia, apropiada, que tengan el pelo recogido con una redecilla y la cabeza cubierta con un gorro.
- **Materias primas y elaboración:** Además de los requisitos mínimos de calidad de los ingredientes, utilización de materiales adecuados para su uso en alimentación (preferentemente acero inoxidable) y la imprescindible limpieza e higiene en la manipulación, debemos tener especial cuidado en el almacenamiento y conservación, la elaboración y la presentación del producto.

▪ **Diversificar la oferta:**

Para diversificar la oferta existen dos líneas básicas a seguir:

- **Aumentar la producción con diferentes variedades de churros:** Como pueden ser churros rellenos de crema, churros rellenos de chocolate, churros con canela, etc. Estos productos serán elaborados en horarios en los que el local no esté abierto al público, sirviéndose fríos.
- **Complementar con la venta de otros aperitivos y bebidas:** Aceitunas, regañas, empanadas, freiduría, aliños, etc... y bebidas como cervezas, refrescos..., aunque esta opción supone una mayor inversión inicial que la anterior puesto que

requiere la compra de mobiliario para colocar los productos, mueble frigorífico para las bebidas, etc.

▪ **Uso eficiente del local**

El local es un aspecto básico para conseguir un determinado volumen de ventas. Fundamentalmente hay que considerar:

- **Localización estratégica del local:** Habrá que estudiarse cual es la ubicación más idónea del local. Esta puede ser:
 - Ubicación del local al lado de una cafetería, con la que se llegaría a un acuerdo, para que los clientes de esta pudieran consumir los churros en ella. Esta estrategia permitiría mantener una clientela diaria, tanto en horas de mañana con los desayunos tanto en horario de tarde para la merienda.
 - Ubicación en zona con gran afluencia de centros de trabajo, colegios, institutos, etc. Ofreciendo una alternativa diferente a la hora del desayuno, a los productos más consumidos como son las tostadas y bollería.
- **Estudiar la posibilidad de ampliar el local** o bien establecer veladores en la puerta del establecimiento, que permita consumir el producto allí mismo. Así mismo se ampliará la oferta sirviendo chocolate caliente y café, aunque esto conllevaría un aumento de la inversión inicial.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Productos y desarrollo de las actividades

La oferta del establecimiento se dividen en:

- Churros.
- Patatas fritas.
- Complementos: Aperitivos, bebidas, etc.

Para que el negocio funcione es necesario establecer el diseño de los procesos de aprovisionamiento y elaboración de forma eficaz y rentable sin menoscabo de la calidad.

4.2. Precios

En este sector no existen establecidos unos precios concretos para cada producto, varían mucho en función de cómo se sirve el producto, en muchos de los establecimientos el producto no se pesa al ser servido, es decir, la cantidad se sirve a ojo del empresario. Pero, para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto, la estrategia de precios debe basarse en ofrecer un producto de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia.

4.3. Comunicación

Antes de la apertura del negocio, es recomendable establecer conexión con las cafeterías que se encuentren a su alrededor. Con este acercamiento se debe conseguir que éstos acepten que los clientes consuman nuestros productos en su local. Por ello es importante hacerles ver que nuestra presencia no es una amenaza, sino una ventaja, al aumentar el número de clientes que van a visitar su local para consumir nuestro producto.

Se debe de realizar una campaña para dar a conocer la apertura del negocio, esta no debe ser de gran dimensión, lo importante es que se dé a conocer en su entorno. Para promocionar el negocio pueden usarse diversos medios: mailing, encartes o buzoneo.

Otro aspecto muy importante es la fidelización de clientes. Una vez que se han captado los clientes, a través de los distintos elementos antes enunciados, hay que tratar de conservarlos. Para mantener la fidelidad de los clientes es fundamental establecer tres bases: Conocimiento de la clientela, saber atenderla y saber qué hacer frente a las quejas y reclamaciones.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Este negocio, para su funcionamiento normal, necesitará de dos personas: un encargado que gestionará el negocio y la atención al cliente; y un empleado que realizará las tareas de la elaboración de los productos.

Normalmente el encargado es el propietario del negocio, para lo cual estará en el Régimen de la Seguridad Social de Autónomo.

HORARIOS

El horario normal para la venta de churros es por las mañanas desde las 8 a las 12 horas aunque esto dependerá de la mayor o menor afluencia de público, siendo recomendable adaptarse a las demandas de los clientes. Por el contrario, para las patatas lo normal es horario de tarde o noche.

5.2. Formación

Los conocimientos que se requieren en este negocio son de dos tipos:

1. Gestión de un negocio de churrería:
 - Organización y gestión del establecimiento.
 - Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.

Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.

2. Formación teórica y práctica relativa a tareas productivas y de venta:
 - Procesos de manipulación de los productos (se requiere el carnet de manipulación de alimentos).
 - Funcionamiento y mantenimiento del equipamiento (freidora, amasadora, etc..).
 - Atención al cliente.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria para la puesta en funcionamiento del negocio se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

La ubicación ideal para un negocio de este tipo es cerca de cafeterías o en una zona próxima a centros de trabajo, colegios, institutos, etc.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de 25 m². Esta superficie deberá ser distribuida en tres zonas separadas:

- Zona de atención al público: Esta zona comprende el espacio del local que queda fuera del mostrador.
- Zona de trabajo: Esta será la zona que queda dentro del mostrador. Debe tener espacio suficiente para instalar una freidora con una amasadora y espacio para dos personas.
- Aseo.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres...
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso. Para ello, es preciso la instalación de una salida de humos y de una piletta así como de una campana extractora. Aquí también será preciso el alicatado del local que permita su fácil limpieza.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 12.020 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Equipamiento

El equipamiento y mobiliario básico necesario para el desarrollo de las actividades de este negocio estará compuesto por elementos que se muestran a continuación:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
MÁQUINA MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DE CHURROS (con estrellas, molde y boquilla)	900 €	144 €	1.044 €
FOGON ACERO	950 €	152 €	1.102 €
BARREÑO AMASAR BOMBEADO con trípode	200 €	32 €	232 €
CORTADOR PATATAS MANUAL 2 CUCHILLAS	660 €	106 €	766 €
PELADORA DE patatas 12 KGRS	1.025 €	164 €	1.189 €
ESCURRIDOR ACRISTALAR 100X60	210 €	34 €	244 €
MOBILIARIO (mostrador, estanterías, mesa de trabajo)	1.295 €	207 €	1.502 €
TOTAL	5.240 €	837 €	6.079 €

6.3. Utensilios y otros productos

Para poder realizar la actividad, es necesario contar con una serie de utensilios de trabajo. Estos son los siguientes:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
ESCURRIDOR PLANO PARA CHURROS, INOX	100 €	16 €	116 €
ESCURRIDOR CONICO PARA CHURROS Y PATATAS, INOX	86 €	14 €	100 €
PASTADOR, INOX	140 €	22 €	162 €
PALA DE MADERA PARA PASTAR	22 €	4 €	26 €
PALA DE MADERA PARA LLENAR	10 €	2 €	12 €
RASERA, INOX	39 €	6 €	45 €
GANCHOS DE ACERO INOX	13 €	2 €	15 €
COLADOR ESPECIAL DE ACERO INOX	33 €	5 €	38 €
POTE COLADOR DE ACERO INOX	36 €	6 €	42 €
BANDEJA DE ACERO INOX CON PIE	34 €	5 €	39 €
TOTAL	513 €	82 €	595 €

6.4. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.100 € más 176 € en concepto de IVA.

6.5. Adquisición de mercancía y materiales de consumo

Según empresas especializadas en el sector, la primera compra tendrá que ser como mínimo de la cantidad que se indica en la tabla que se muestra a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA (Harina, aceite, patatas, levadura)	100 €	7 €	107 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, papel envoltorio...)	600 €	96 €	696 €
TOTAL	700 €	103 €	803 €

6.6. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- los gastos de constitución y puesta en marcha
- las fianzas depositadas.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 1.392 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 500 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.7. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: Alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	CUANTÍA
Alquiler	250 €
Suministros	180 €
Sueldos	1.700 €
Cuota Autónomos + S.S. trabajador	475 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	75 €
Total Pagos en un mes	2.830 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	8.490 €

6.8. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	10.362 €	1.658 €	12.020 €
Equipamiento	5.240 €	837 €	6.077 €
Utensilios	513 €	82 €	595 €
Equipo informático	1.100 €	176 €	1.276 €
Stock inicial y materiales	700 €	103 €	803 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	500 €	0 €	500 €
Fondo de maniobra	8.490 €	0 €	8.490 €
TOTAL	28.105 €	3.048 €	31.153 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes habituales en este tipo de negocio son similares a los márgenes con los que se trabaja en las cafeterías. Por ello, para realizar este estudio hemos utilizado el margen bruto mínimo recomendado por el sector del 60% sobre la facturación, equivalente a un margen del 150% sobre el coste de las compras.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de productos:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 40% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 60% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 25 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 250 € mensuales.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono... También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.).

Estos gastos se estiman en unos 180 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 90 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 60 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Para realizar el estudio se ha considerado que el negocio será atendido por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a un empleado a tiempo completo.

El gasto de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	900 €	225 € (*)	1.125 €
Trabajador	800 €	250 € (**)	1.050 €
TOTAL	1.700 €	475 €	2.175 €

(*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por el trabajador en Régimen General contratado a tiempo completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida donde incluimos otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (reparaciones, seguros, tributos, etc.). La cuantía estimada anual será de 900 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 75 €.

- **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo siguiente:

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	10.362 €	10 %	1.036 €
Equipamiento	5.240 €	20 %	1.048 €
Utensilios	513 €	20 %	103 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
TOTAL ANUAL			2.462 €

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.200 €	33,3 %	400 €
TOTAL ANUAL			400 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos mensuales:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos mensuales:** estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 40% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	3.000 €
Suministros	2.160 €
Sueldos	20.400 €
Cuota Autónomos + S.S. trabajador	5.700 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	900 €
Amortización del inmovilizado material	2.462 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	36.822 €
Margen bruto medio sobre ventas	60%
Umbral de rentabilidad	61.370 €

Esto supondría una facturación anual de 61.370 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 5.114 euros.

8. FINANCIACIÓN

Obtener el dinero para iniciar el negocio es una de las principales cuestiones que habrá que resolverse.

Para financiar este negocio, existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos... cual será la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	10.362 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	5.240 €	Fondos Ajenos	FA
Utensilios	513 €		
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	500 €		
Mercancía y materiales	700 €		
Tesorería (*)	8.490 €		
IVA soportado	3.048 €		
Total activo	31.153 €	Total pasivo	31.153 €

(*) Se consideran 8.490 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se ha supuesto tres posibles niveles de venta:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	60.000	75.000	90.000
Coste de las ventas (Ventas x 40%)	24.000	30.000	36.000
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	36.000	45.000	54.000

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	60.000	75.000	90.000
COSTE DE LAS VENTAS	24.000	30.000	36.000
MARGEN BRUTO	36.000	45.000	54.000
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	3.000	3.000	3.000
Suministros, servicios y otros gastos	2.160	2.160	2.160
Otros gastos	900	900	900
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	26.100	26.100	26.100
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.462	2.462	2.462
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	36.822	36.822	36.822
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 822	8.178	17.178

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la cuota de autónomo y la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.