

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TRAJES Y COMPLEMENTOS
DE FLAMENCA**

Sector de Comercio

Datos de 2007



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 comercialización de prendas de vestir y complementos para trajes de flamenca.

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

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente 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 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la Ley a diversas Directivas comunitarias. (BOE núm. 304, de 20-12-02).
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.
- Ley 6/2002, de 16 de diciembre, por la que se modifica la Ley 1/1996, de 10 de enero, del Comercio Interior de Andalucía, y se crea la Tasa por Tramitación de Licencias Comerciales.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto es ideal para personas que tienen conocimientos de costura y con experiencia previa en la confección de trajes a medida.

Así mismo, resultará idóneo para personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio.

Es recomendable que la persona que lleve el negocio tenga ciertas nociones de atención al cliente y dotes comerciales.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El origen del traje de flamenca se encuentra en los vestidos de faena de la mujer andaluza, los mismos que llevaban las acompañantes de los tratantes de ganado que, con motivo de la Feria de Abril de Sevilla, se reunían en el Prado de San Sebastián desde 1847. El cambio ocioso de la feria hizo que lo festivo de la reunión engalanara aquellas humildes batas de percal. La profesionalización del flamenco contribuyó así mismo al enriquecimiento y utilización de esta vestimenta tradicional andaluza combinando tejidos, adornos y complementos.

La Exposición de Sevilla de 1929 sirvió como consagración del traje de flamenca y la aceptación por parte de las clases pudientes como atuendo indispensable para acudir a la Feria.

Otro aspecto relevante de esta vestimenta es que se trata de un traje atemporal, que permanece en el tiempo, y que experimenta, año tras año, una transformación, adaptándose a las tendencias de la moda del momento.

El sector mueve actualmente más de ciento veinte millones de euros al año, según datos de la Asociación de Empresarios de la Moda Flamenca, cifra cuyo grueso se reparten una treintena de fabricantes concentrados principalmente en la provincia de Sevilla.

El Salón Internacional de Moda Flamenca (SIMOF), que se celebra cada mes de febrero desde hace más de una década en Sevilla, es el principal marcador de las tendencias de la moda flamenca, y marca las líneas que seguirán los trajes y complementos de la temporada de feria. Además contribuye al desarrollo de un sector que está formado principalmente por microempresas y pymes (pequeñas y medianas empresas), en su mayoría de la comunidad andaluza.

Por último, destacar la gran estacionalidad del sector, cuyas ventas se concentran en la temporada en que se celebran las ferias de las distintas localidades andaluzas.

2.2. La competencia

Hay que distinguir los siguientes tipos principales de competidores:

- *Tiendas de trajes y complementos de flamenca ubicadas en la zona de influencia del establecimiento.* Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación.
- *Tiendas de ropa de señora ubicadas en la zona de influencia del establecimiento.* Pude darse el caso de que existan tiendas de ropa no especializadas que entre su oferta de productos incluyan la venta de trajes y complementos de flamenca.
- *Otros establecimientos que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial:* fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes.
- *Mercadillos:* En numerosas ocasiones, los mercadillos incorporan a su oferta habitual trajes y complementos de flamenca, generalmente a un precio inferior al de mercado.
- *Costureras particulares:* Existe una gran cantidad de personas, principalmente mujeres, que se dedican a confeccionar trajes de flamenca a medida. Así mismo, también ofertan arreglos tales como: ajustar talle, incorporarle adornos, renovar vestidos pasados de moda, añadir o quitar volantes, etc.
- *Mercerías, tiendas de regalos, etc:* Suponen una competencia en la venta de complementos.

2.3. Clientes

Los artículos que se comercializan en este establecimiento estarán destinados a cubrir las necesidades de trajes y complementos de flamenca de mujeres, sin distinguir por grupos de edad, con un poder adquisitivo medio.

Por otro lado, la oferta también irá dirigida a distintos colectivos relacionados con el mundo del flamenco como hermandades, coros, academias de baile, conservatorios, etc.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Entre los aspectos clave para conseguir el éxito se encuentran los siguientes:

- **Diversificación de la oferta**

En un sector como este, es muy importante encontrar la forma de incrementar la rentabilidad en épocas de menores ingresos puesto que el producto se caracteriza por gozar de una alta temporalidad. Para ello, es recomendable diversificar la cartera de productos, comercializando no sólo trajes y complementos de flamenca sino también ropa de mujer así como bisutería, cinturones, bolsos, pañuelos, etc. Otra línea posible para diversificar es la de ofrecer ropa flamenca masculina.

- **Ofrecer calidad:**

Es fundamental disponer de una oferta de calidad. Esto se traduce en artículos con buen diseño y en la introducción continua de novedades en la oferta. Así mismo, es muy importante contactar con proveedores que te proporcionen telas de calidad.

Actualmente, la moda en trajes de flamenca es cada vez más variada, de manera que se ofrecen más diseños, colores, tallas, etc. Además, sería interesante la posibilidad de ofrecer al cliente trajes por encargo o trajes a medida.

Esta tendencia a la variedad tiene su continuación en los complementos, que intentan combinar la novedad con el toque clásico.

- **Adaptación continua a las nuevas tendencias:**

En este sector es indispensable estar siempre al día siguiendo la evolución de la moda. Para ello es recomendable acudir a las ferias que se organizan para este fin, donde se pueden conocer las tendencias de cada temporada y contactar con proveedores y con otras empresas del sector.

La principal feria de este tipo en España es el SIMOF (Salón Internacional de Moda Flamenca) que se celebra en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla en el mes de febrero, previo a todas las ferias y fiestas de la comunidad andaluza.

Una vez conocidas las tendencias de la temporada, es fundamental conocer las necesidades y gustos de las clientas para adaptarse a ellas.

- **Cuidar la imagen del negocio:**

Es necesario seguir unos criterios de interiorismo, imagen y exposición de los artículos para asegurar una buena imagen y lograr un ambiente agradable que favorezca la compra.

En este sentido es necesario no sólo cuidar la imagen interna del establecimiento sino también contar con un buen escaparate que sirva tanto de carta de presentación como de reclamo.

Debe cuidarse la accesibilidad de todos los elementos del local de modo que éste sea accesible. Para ello deben evitarse todo tipo de barreras como escaleras, puertas estrechas...

- **Preparación del personal:**

La atención a los clientes es un aspecto clave para el éxito de cualquier negocio pero además, en los negocios de moda flamenca, se convierte en un elemento imprescindible para lograr un buen nivel de ventas.

Es muy importante que las personas implicadas estén motivadas y sean flexibles y capaces de adaptarse a los cambios intentando mejorar cada día la calidad y el servicio.

- **Uso de las técnicas de marketing:**

Para asegurar las ventas de los distintos artículos se hace necesario desarrollar determinadas acciones de marketing destinadas a dar a conocer al establecimiento así como a los distintos artículos que componen la oferta.

Para ello se pueden usar distintas herramientas de marketing como pueden ser anuncios, folletos, publicidad en revistas especializadas... aunque la mejor de ellas consiste en la atención y el asesoramiento personalizado sobre las distintas prendas y las combinaciones de colores, los complementos, etc.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio se pueden agrupar en las siguientes líneas:

- **Prendas de moda flamenca:** Trajes, vestidos de baile, faldas, blusas, etc.
- **Complementos:** Mantones, pulseras, zarcillos, flores, peinetas, zapatos, etc.

En principio, no ampliaremos la oferta de productos a ropa para mujer, sino que lo pospondremos a un momento futuro en que el comercio sea estable.

Las prendas comercializadas podrán ser adquiridas ya elaboradas o bien elaborarse en la propia tienda a medida de las clientas. Por otra parte, ofreceremos una serie de servicios para incrementar nuestro volumen de negocios así como para fidelizar a la clientela:

- **Arreglos:** Renovar trajes pasados de moda, alargar o acortar los bajos de los vestidos, arreglar cremalleras, ceñir talles, ensancharlos, etc.
- **Servicio de asesoramiento de imagen:** Asesorar a las clientas en cuanto a qué vestido se adecua mejor, no sólo a sus preferencias, sino también a su cuerpo, su color de pelo, a la moda actual, etc.

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe estar perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible de manera que se garantice un buen surtido de artículos pero evitando almacenamientos innecesarios.

En este sentido, para la compra de la mercancía es conveniente acudir a mayoristas especializados en el sector.

La política en cuanto a surtido que debe seguirse en este sector debe basarse en una oferta estudiada en función de las tendencias de la moda y adaptada a las necesidades de los clientes.

4.2. Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos.

En general, en este sector, los precios suelen ser altos, ya que la fabricación de un traje de flamenca es más laboriosa y costosa que la de otros tipos de prenda de vestir.

En cualquier caso, la fijación de precios va a estar orientada en función del tipo y calidad de las telas utilizadas para su elaboración así como de los precios de la competencia.

4.3. Comunicación

Pueden usarse diversos medios: prensa, radio, páginas amarillas... aunque lo habitual al iniciar la actividad es realizar mailing o buzoneo y crear para ello un folleto con los artículos más atractivos.

La creación de una página Web completa y atractiva sería muy útil para los clientes, pues es una buena forma de dar a conocer los productos e informar de dónde se encuentra situada la tienda. Esto es importante, pues el hecho de que sea registrada por un buscador de Internet aumenta las posibilidades de afluencia de público.

Sin embargo, la mejor publicidad para este tipo de negocios es el boca a boca que transmiten las personas que se encuentran satisfechas por las compras realizadas. Por este motivo, proporcionar un servicio de calidad informando y asesorado al cliente es la mejor estrategia de comunicación que puede desarrollarse.

La comunicación, por lo tanto, se realiza en el propio establecimiento. Por ello, el vendedor debe estar perfectamente preparado para asesorar del mejor modo a las clientas.

Otro elemento clave a la hora de atraer a los posibles compradores es el escaparate. Por ello es necesario el dominio de técnicas de escaparatismo (color, forma, luces, composición, etc.).

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Este es un negocio que generalmente para su funcionamiento normal necesita de una persona a tiempo completo y otra a tiempo parcial. Esta persona estará en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, confeccione las prendas, atienda a los clientes, etc. La otra estará contratada a tiempo parcial en el régimen general de la Seguridad Social. Sus labores consistirán en la atención a la clientela así como pequeños arreglos de costura.

En algunas ocasiones puede ser necesario contar con personal de apoyo (por ejemplo, en fechas próximas a ferias, fiestas patronales, romerías, etc.). Para ello, se puede contratar a una persona para estas ocasiones.

HORARIOS

En cuanto a los horarios, la persona encargada deberá estar a tiempo completo y el horario de apertura al público debe ser horario comercial habitual adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

5.2. Formación

En cuanto al perfil y la formación requeridos para los trabajadores, este depende de las tareas que vaya a desarrollar:

- *Encargado/a del negocio:* Además de las tareas comerciales, deberá poseer formación en corte y confección o modista. En caso de no poseerla podría sustituirse por una amplia experiencia en la confección de vestidos a medida. Por otra parte, para la gestión del negocio se requiere que la persona tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras, facturación...). Si se carece de estos conocimientos se puede recurrir a una asesoría externa.
- *Dependiente.* Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los artículos que vende la empresa, sobre moda y sobre atención al cliente. Es conveniente así mismo, que posea conocimientos sobre costura y arreglo de prendas.

También es interesante que sea capaz de decorar de forma atractiva el escaparate y lo cambie frecuentemente, aunque se puede contratar a un profesional para este tema.

Sin embargo, para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de los puestos que hemos señalado anteriormente, no es frecuente encontrar ofertas formativas específicas salvo algún curso de dependiente, atención al cliente, escaparatismo y de otros temas relacionados con el comercio minorista.

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

Para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público como son los centros comerciales y sus proximidades o las calles comerciales.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de unos 70 m² que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

Para lograrlo es recomendable que la mayor parte del local sea tienda, exceptuando el aseo (exigido legalmente), de este modo se conseguirá aprovechar al máximo la superficie del local para tener expuesta toda la mercancía, mediante los expositores, los percheros y el resto del mobiliario. Así mismo, se dedicará una parte al taller de confección de prendas a medida.

Se debe disponer de un probador aunque, si la dimensión del local lo permite, es recomendable contar con dos probadores para reducir el tiempo de espera en las épocas de mayor afluencia de público.

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. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

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 16.240,00 € (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. Mobiliario y decoración

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad cuidando al mismo tiempo todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Además, es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada y de modo que toda persona que entre en el establecimiento pueda apreciar la variedad que se ofrece. Es muy importante saber transmitir una imagen de calidad.

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación:

- Mostrador.
- Estanterías y muebles-percheros.
- Para el escaparate: maniqués o bustos, portaprecios, etc.
- Para los probadores: espejo y perchero.
- Para el taller: silla confortable y mesa de dibujo.

El coste por estos elementos puede rondar los 3.132,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Adquisición del stock inicial

La primera compra de mercancía según empresas especializadas en el sector, tendrá que ser como mínimo la siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA	15.000,00 €	2.400,00 €	17.400,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina, papel kraft...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	15.600,00 €	2.496,00 €	18.096,00 €

Parte de esta compra serán trajes ya confeccionados y parte serán metros de tela e hilo para confeccionar. Con esta cantidad se cubren una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses en comprar una mayor variedad de artículos.

Otro aspecto a tener en cuenta es que en este tipo de negocios se hace una gran compra al año: finalizando el invierno, una vez que llega la época de ferias y romerías de las localidades andaluzas.

6.4. Equipamiento y útiles

Equiparemos la tienda con una máquina de coser corta hilos y de bordar. Así mismo, necesitaremos herramientas tales como tijeras, agujas, dedales, patrones, cintas métricas, reglas, lápices o tizas, etc.

Aquí hay que resaltar que existe un importante mercado de maquinaria de ocasión para este sector. El coste de esta partida puede suponer en total unos 2.500,00 € (IVA incluido).

6.5. 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, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

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 2.204,00 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros. 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 1.820,00 € (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	TOTAL CON IVA
Alquiler	1.055,60 €
Suministros	139,20 €
Sueldo	2.050,00 €
Seguridad Social	181,50 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	104,40 €
Total Pagos en un mes	3.751,10 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	11.253,30 €

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	14.000,00 €	2.240,00 €	16.240,00 €
Mobiliario y decoración	2.700,00 €	432,00 €	3.132,00 €
Stock inicial y materiales	15.600,00 €	2.496,00 €	18.096,00 €
Equipamiento y útiles	2.155,17 €	344,83 €	2.500,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	1.820,00 €	0,00 €	1.820,00 €
Fondo de maniobra	11.253,30 €	0,00 €	11.253,30 €
TOTAL	51.078,47 €	6.080,83 €	57.159,30 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector dependen de la competencia, de los artículos que se comercialicen y de la situación del local.

Siguiendo las recomendaciones del sector para un negocio como el que se propone, el margen medio sobre las compras de los artículos ronda por término medio al 120% (equivale a un margen sobre ventas del 54,55%).

Hay que precisar que, a diferencia de otros sectores relacionados con la moda, este tipo de negocios obtienen un alto margen sobre el coste pero la rotación es menor que en otros negocios dedicados al mundo de la confección.

Habrà que considerar que este margen será inferior en épocas de rebajas, aunque este sector específico no se ve tan afectado por éstas. El margen medio anual estimado será aproximadamente de un 90% anual sobre las compras. Este margen es equivalente a un margen del 47,37% sobre las ventas.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin incluir IVA) es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 52,63% del volumen de las ventas del mes. Este consumo es equivalente al margen del 90% aproximado sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 70 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 910,00 € 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 120,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 95,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 95,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo y otro para el dependiente contratado a tiempo parcial (cantidades que incluye cotización a la Seguridad Social y prorrateadas las pagas extraordinarias).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.500,00 €	0,00 € (*)	1.500,00 €
Dependiente	550,00 €	181,50 € (**)	731,50 €
TOTAL	2.050,00 €	181,50 €	2.231,50 €

(*) Incluye la cotización a la seguridad social en régimen de autónomo.

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

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada será de 1.080,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 90,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	15.000,00 €	10 %	1.500,00 €
Mobiliario y decoración	2.700,00 €	20 %	540,00 €
Equipamiento	2.155,17 €	20 %	431,03 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			2.783,53 €

(*) 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	1.900,00 €	33,3 %	633,33 €
TOTAL ANUAL			633,33 €

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:** Vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 52,63% 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	10.920,00 €
Suministros	1.440,00 €
Sueldo	24.600,00 €
S.S. trabajador	2.178,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otro gastos	1.080,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.783,53 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33 €
Total gastos fijos estimados	45.914,86€
Margen bruto medio sobre ventas	47,37 %
Umbral de rentabilidad	96.928,14 €

(*) Para calcular el umbral se toman los gastos sin IVA.

Esto supondría una facturación anual de 96.928,14 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 8.077,35 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar la tienda de trajes y complementos de flamenca existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos... Cuál 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	14.000,00 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	2.700,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipamiento y útiles	2.155,17 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	1.820,00 €		
Mercancía y materiales	15.600,00 €		
Tesorería (*)	11.253,30 €		
IVA soportado	6.080,83 €		
Total activo	57.159,30 €	Total pasivo	57.159,30 €

(*) Se consideran 11.253,30 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	85.000,00	105.000,00	125.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 52,63%)	44.735,50	55.261,50	65.787,50
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	40.264,50	49.738,50	59.212,50

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	85.000,00	105.000,00	125.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	44.735,50	55.261,50	65.787,50
MARGEN BRUTO	40.264,50	49.738,50	59.212,50
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	10.920,00	10.920,00	10.920,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Otros gastos	1.080,00	1.080,00	1.080,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	26.778,00	26.778,00	26.778,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.140,00	1.140,00	1.140,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.140,00	1.140,00	1.140,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.783,53	2.783,53	2.783,53
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	45.914,86	45.914,86	45.914,86
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-5.650,36	3.823,64	13.297,64

(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 parcial, 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 dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.