

300 planes de negocio

**Plan de negocio
COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN
DE DULCES TÍPICOS**

Sector de Alimentación y Bebidas

Datos de 2006



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 se desarrolla en este tipo de negocio es la elaboración, comercialización y promoción de dulces típicos.

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 y a la higiene y seguridad alimentaria. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Reglamentación técnico-sanitaria, por la seguridad e higiene en la manipulación de alimentos (Ley General de la Salud, Reglamento sobre vigilancia y control de alimentos y bebidas, Tít. VI, Cap. II).
- Real Decreto 2207/1995, sobre las normas generales de higiene de los productos alimentarios.
- Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, sobre Normas de Higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.
- Ordenanza Municipal de Actividades (Publicadas en el Boletín Oficial de la Provincia).
- Decreto 262/1988, de 2 de agosto, Libro de sugerencias y reclamaciones de la Junta de Andalucía (BOJA de 17 de septiembre).

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no presenta grandes dificultades para llevarlo a cabo puesto que no requiere experiencia previa ni formación.

El perfil idóneo se corresponde con personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos del funcionamiento del negocio. Es importante que la persona tenga una buena orientación al cliente y un claro perfil comercial, y a su vez conozca la gastronomía de la localidad o región de donde son los dulces típicos que va a vender.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Poco a poco la sociedad española se está volviendo más golosa, el consumo de dulce, sobre todo chocolate y helados, ha aumentado de forma importante en los últimos años, fomentado también por el discurso de expertos en la materia que aseguran que el chocolate produce en el organismo una sensación de gran bienestar debido a que el cerebro acciona a los denominados mecanismos de recompensa.

Las perspectivas del sector parecen prometedoras según queda reflejado en los datos económicos ofrecidos por La Federación Española de Asociaciones del Dulce, en los que se puede ver el incremento de un 3% del mercado nacional con respecto al ejercicio 2004, siendo el consumo per capita para el año 2005 de 3,62 Kg. Estos datos están muy alejados de los datos de consumo per cápita en otros países europeos como Suiza y Bélgica.

Los españoles nos hemos ido dando cuenta de la riqueza de nuestra gastronomía y cada vez más consumidores compran productos autóctonos y elaborados artesanalmente. Esto se debe a que los consumidores son cada vez más exigentes y están dispuestos a pagar más por productos diferentes

Por todos estos datos y por la diferencia existente entre el consumo medio en España y el alcanzado en otros países europeos, podemos decir que nos encontramos ante un mercado con mucho potencial, aunque es importante recalcar que también existen dos significativos "handicaps":

- ✓ La estacionalidad del consumo de ciertos dulces, por ejemplo los elaborados a base de chocolate, provocada por las altas temperaturas que se dan en nuestro país durante gran parte del año.
- ✓ La actual tendencia del "culto al cuerpo", que asocia el consumo del chocolate con la obesidad.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia hay que distinguir cuatro tipos principales de competidores:

- *Tiendas de dulces típicos de similares características a las del negocio que se describe en este proyecto.* Ofrecen como nosotros productos típicos o autóctonos de la zona. Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio, por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación, ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en una zona cercana a la nuestra y apostar por la diferenciación.
- *Grandes empresas de fabricación industrial de productos de bollería, pastelería, ...* Con estas empresas no se puede competir en precios debido al gran volumen de producción que tienen.
- *Cadenas de hipermercados y supermercados.* Ofrecen una amplia gama de productos básicos, entre ellos los dulces y bollería industrial.
- *Tiendas tradicionales de barrio.* Ofrecen un número elevado de artículos pero con poca variedad de cada uno de ellos.

2.3. Clientes

El negocio se dirigirá al público en general, tratando de dirigirse al mayor número de personas posible y de atender a clientes que tienen distintos horarios para lograr reducir los tiempos ociosos.

Normalmente, los clientes suelen ser personas de la región, preocupados por el consumo saludable y las características nutricionales de los productos, que les gustan los productos típicos de su tierra, o que están interesados en la cultura gastronómica de una determinada zona y prefieren este tipo de dulces a los de bollería industrial.

Podemos considerar también como clientela habitual de estas tiendas a los turistas que visitan la región y que quieren probar sus dulces típicos. Otra posibilidad, aunque menor, por tratarse de un producto típico, es vender los dulces a negocios de restauración.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En la actualidad, el éxito de un negocio como el que se propone se basa en conseguir la satisfacción del cliente mediante la elaboración artesana de los dulces, la alta calidad de los mismos, no conteniendo ningún tipo de colorantes ni conservantes, y una buena atención.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Calidad y diversidad de Oferta:** Ofrecer una amplia variedad de productos de la tierra y con ingredientes de calidad, ya que estos dos aspectos son muy valorados por el cliente actual,
- **Buenos Precios:** Intentar ofertar los productos a precios asequibles para el consumidor y realizar de vez en cuando algunas ofertas de productos.
- **Imagen y distribución del establecimiento:** Es muy importante la imagen que se transmite a través de todos los elementos del negocio, siendo necesario cuidar con detalle el diseño tanto exterior como interior de la tienda.

Respecto al diseño exterior, es muy importante contar con un amplio escaparate donde se expongan la mayoría de los dulces, que actúe de carta de presentación y potencie la compra compulsiva. El diseño interior también debe ser cuidado, exponiendo igualmente la variedad de artículos que se ofrecen.

- **Asesoramiento al consumidor:** Es fundamental informar al consumidor de los ingredientes, la calidad de los productos, proceso de elaboración, etc. intentando así diferenciarlos de los dulces convencionales. El asesoramiento es un aspecto muy valorado por el cliente, sobre todo cuando desconoce los productos que se ofertan.
- **Imagen de los productos:** No se debe descuidar la imagen y la presentación en la tienda de los productos

Además de lo anterior, algunas opciones interesantes que se podrían llevar a cabo en el negocio son:

- **Atención y entrega a domicilio y venta por Internet:** Sería interesante ofrecer un servicio de entrega a domicilio para que se puedan hacer pedidos por teléfono o por Internet sin necesidad de desplazarse.
- **Zona de degustación:** Ofrecer la posibilidad de disponer de una barra de degustación de productos que estén a la venta en la tienda. Esto permite acercar mucho más la oferta del negocio al público, e incluso promocionar las últimas novedades.
- **Editar un libro:** que muestre los alimentos o recetas de los dulces típicos de la zona.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio son muy variados, abarcando generalmente desde: mantecados, pestiños, dulces de almendra, roscos, hojaldres, bizcochos, mazapanes, tocinos de cielo, tartas, etc.

Los dulces que formen parte de la tienda dependerán de la región donde ubiquemos el negocio, además tendrán las características gastronómicas y de elaboración propias de la zona.

Si no somos de la zona en cuestión, es aconsejable asistir a ferias de alimentación para conocer y descubrir la gastronomía de la región. También deberemos establecer contactos con los proveedores de la materia prima necesaria para elaborar los productos.

Las tareas principales a realizar en una tienda o negocio de este tipo son:

- Adquisición, recepción y almacenamiento de las materias primas y productos auxiliares necesarios para la elaboración de los productos (harina, levadura, sal, huevos, etc.), controlando la calidad de los mismos.
- Elaboración de los distintos tipos de dulces.
- Controlar la temperatura y humedad de las cámaras y hornos, así como los tiempos de fermentación y cocción.
- Colocar los dulces en el expositor, junto con carteles que identifiquen el producto y su precio.
- Atender, informar y vender a los clientes.
- Limpiar y desinfectar las instalaciones, maquinaria y utensilios.
- Realizar gestiones administrativas diversas propias de la dirección de un negocio.

4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer productos de calidad a precios competitivos. La fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tipo y calidad de los artículos que se vendan, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

Es importante tener en cuenta que este producto no tiende a satisfacer una necesidad del cliente, sino más bien un capricho, por lo que el cliente podría estar dispuesto a soportar un precio mayor para su consumo siempre que se le ofrezca calidad.

4.3. Comunicación

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. La estrategia de comunicación de un negocio de este tipo debe basarse en la información, la imagen y las promociones. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación para el negocio son las que se exponen a continuación:

- Entrada y escaparate: Es importante este factor, ya que cuantos más clientes entren en el local más posibilidades de venta. Se deben colocar grandes cristaleras en el escaparate que inviten a entrar dentro y adquirir los productos. El escaparate debe mostrar la personalidad de la tienda, dejar ver la calidad de los productos, y así atraer a los clientes.
- El cliente debe tener siempre información visual de los productos que puede encontrar en la tienda. Por ello, deben utilizarse carteles y reclamos publicitarios para atraer su atención.
- El local debe reflejar una imagen que sea la esperada por el público objetivo, cuidando la decoración, la vestimenta de los empleados, la iluminación o la música (si la hay), los colores y olores.
- El personal debe transmitir profesionalidad y estar lo suficientemente capacitado para asesorar y orientar al cliente en sus compras.

- Podemos utilizar técnicas de promoción de productos como el típico "dos por uno", precios de los productos nuevos más baratos al principio, etc.
- Publicidad: puede hacerse a través de buzoneo por la zona donde se ubique el negocio, sobre todo en fechas señaladas y muy comerciales como es la Navidad, la Semana Santa, etc. Por otro lado, las campañas de publicidad en medios locales se pueden hacer en prensa o radio. También resulta muy interesante diseñar una página web del negocio donde se incluya el catálogo de productos y permita realizar consultas on-line.
- La mejor forma de captación de clientes es el "boca – boca". Por ello es importante la satisfacción del cliente a fin de que recomienden nuestros productos a sus familiares y conocidos.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Para este negocio vamos a contar con cuatro personas, el emprendedor, que estará en el Régimen de la Seguridad Social como autónomo y será quién gestione el negocio y ayude a atender también a los clientes, un dependiente que atenderá el local, y dos empleados encargados de elaborar los dulces.

En determinados momentos que haya una mayor previsión de ventas (si se abre el domingo y festividades) podría ser necesario contar con algún refuerzo de personal en la tienda, que podríamos contratar por horas.

HORARIOS

En cuanto a los horarios, las personas encargadas deberán estar a tiempo completo y el horario de apertura al público debe ser el habitual para los comercios adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

5.2. Formación

Para el correcto funcionamiento de un negocio como el que se propone se requieren conocimientos de dos tipos:

- **Dependientes:**

Las personas encargadas de la atención del local realizarán las tareas comunes de un puesto de dependiente, para lo cual no se necesita de una formación concreta, pero sí sería importante que tuviesen alguna experiencia previa en el sector de gastronomía o restauración. Si no la tuvieran, deberemos ofrecerle formación sobre las características de los productos que se comercializan en la tienda y la forma de manipularlos para conservar su calidad.

También deberán tener buena presencia, dejar notar su amabilidad y carácter apropiado para el trato con los clientes. Para ello, es conveniente la experiencia o la formación mediante cursos de ventas y atención al cliente.

- **Pasteleros:**

Para el caso de los empleados que elaboran los dulces, es fundamental que tengan el carné de manipulador de alimentos.

A través de la formación profesional reglada se puede cursar un ciclo de grado medio de la familia de Industrias Alimentarias. Además existe una amplia oferta formativa en centros especializados (Escuelas de Pastelería y Confeitería, Escuelas de Restauración y Hostelería) como son los cursos de Técnico en control de la calidad alimentaria, Elaborador de dulces, Técnicas de nutrición, Limpieza y desinfección en la industria alimentaria, etc.

Deben tener conocimientos también sobre seguridad e higiene en el trabajo.

- **Gestión del negocio:**

La persona encargada de la gestión del negocio deberá tener cierta experiencia o formación en dirigir un negocio, con conocimientos en las tareas administrativas que ello conlleva, como gestión de inventarios, contabilidad, nóminas, etc.

En caso contrario, muchas de estas tareas administrativas podrían encargarse a una asesoría.

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 se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

Este tipo de negocios se rige mucho por la compra por impulsos, por lo que la elección de una adecuada ubicación del local es bastante relevante. Para lograr un buen volumen de ventas, es preferible que la tienda esté situada en un lugar de mucho tránsito, o que sea una zona turística de la localidad.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de entre 50 y 100m², el cual habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

En este proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie de 75 m². Esta superficie deberá ser distribuida en cuatro zonas separadas:

- **Tienda o espacio para la venta**, (25m²) para colocar los productos a modo de supermercado.
- **Aseo**, exigido legalmente (5m²).
- **almacén**, (20m²).
- **Obrador**, o zona de elaboración de alimentos (25m²).

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres, etc.
- **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.

Se deberán tener en cuenta las exigencias de la Administración en materia de seguridad e higiene, tales como:

- Instalar un sistema de iluminación inocuo para los alimentos.
- Instalar un equipo de aire acondicionado adecuado.
- Etc.

Estos costes pueden rondar los 14.625,00 € (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

Debe conseguirse la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. 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.

La decoración es muy importante en este negocio, y si fuese posible debería crear un ambiente de la región que representa.

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

- Mostrador.
- Muebles expositores y estanterías.
- Vitrinas con luz propia.

El coste por estos elementos puede rondar los 4.375,00 € (IVA incluido) aproximadamente. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Adquisición del stock inicial

Con la compra inicial básica de materia prima (harina, levadura, sal ,huevos, azúcar, etc.), según empresas del sector, sólo se cubriría para la producción de una cantidad de dulces para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses en ampliar el surtido de materia prima.

Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MAT.PRIMA	4.320,00 €	691,20 € (*)	5.011,20 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, cartón para embalajes, material de oficina,...)	900,00 €	144,00 €	1.044,00 €
TOTAL	5.220,00 €	835,20 €	6.055,20 €

(*) Entre los artículos que se compren existirán diversas clases de IVA, desde el 4% al 16%. Para simplificar el análisis se ha tomado un tipo medio del 16%.

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

6.5. Utensilios y otros materiales

Incluye la compra de utensilios como:

- Moldes.
- Cuchillos, tijeras, etc.
- Termómetros de ambiente, digital y de masa.
- Equipos de seguridad (mascarillas, guantes, etc.) y vestuario. Estos aspectos vienen recogidos mediante normativa en el Real Decreto 285/99 y Real Decreto 2419/1978.

El coste estimado de estos elementos es de 1.200,00 (IVA incluido).

6.6. Equipamiento

El equipamiento mínimo necesario para iniciar el negocio, que se completará según las necesidades que surjan es:

- 2 Neveras de conservación.
- Aire Acondicionado.
- Moldeadores.
- Báscula.

- Maquinaria del obrador (Amasadora, batidora, Horno, etc.)
- Etc.

El coste total de este equipamiento puede rondar los 29.000,00 € (IVA incluido).

6.7. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

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

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

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 1.798,00 € (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 1.650,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.8. 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	957,00 €
Suministros	174,00 €
Sueldos	4.200,00 €
S.S.	891,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	139,20 €
Otros gastos	232,00 €
Total Pagos en un mes	6.697,60 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	20.092,80 €

6.9. 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	12.607,76 €	2.017,24 €	14.625,00 €
Mobiliario y decoración	3.771,55 €	603,45 €	4.375,00 €
Stock inicial y materiales	5.220,00 €	835,20 €	6.055,20 €
Utensilios	1.034,48 €	165,52 €	1.200,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Equipamiento	25.000,00 €	4.000,00 €	29.000,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00 €	248,00 €	1.798,00 €
Fianzas	1.650,00 €	0,00 €	1.650,00 €
Fondo de maniobra	20.092,80 €	0,00 €	20.092,80 €
TOTAL	72.576,59 €	8.133,41 €	80.710,00 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Al comercializar una gran variedad de productos, el abanico en el que se mueven los márgenes comerciales es muy amplio. Además, existen ciertas diferencias en los márgenes y la estructura de costes de las empresas del sector derivadas de las políticas de compra, fijación de precios, maquinaria empleada, etc.

Para realizar este estudio hemos acudido a las estimaciones medias del sector, que indican que el margen medio anual para una empresa de este tipo ronda el 40% sobre las ventas.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente (no incluyen IVA):

- **Consumo de materia prima:**

El consumo mensual de materia prima (productos para la elaboración de los productos que se venden) se estima en un 60% del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 75 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local, para el estudio se ha estimado un precio de 825,00 €.

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

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, etc.). Estos gastos se estiman en unos 150,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 120,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.500,00 € (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo), un sueldo para un dependiente a tiempo completo, y un sueldo para dos reposteros\confiteros.

El coste mensual del personal (incluye la prorrata de las pagas extra) se muestra a continuación:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S.	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
Dependiente	700,00 €	231,00 € (**)	931,00 €
2 Reposteros\confiteros	2.000,00 €	660,00 € (**)	2.660,00 €
TOTAL	4.200,00 €	891,00 €	5.091,00 €

(*) Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo incluida en el sueldo.

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por los empleados en Régimen General contratados a tiempo completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 2.400,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 200,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.607,76 €	10 %	1.260,78 €
Equipamiento	25.000,00 €	20%	5.000,00 €
Mobiliario y decoración	3.771,55 €	20 %	754,31 €
Utensilios	1.034,48 €	20 %	206,90 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			7.634,48 €

(*) 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	1.550,00 €	33,3 %	516,67 €
TOTAL ANUAL			516,67 €

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:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.

- **Gastos:** estarán compuestos por el consumo de materia prima (se ha supuesto un consumo del 60% 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	9.900,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldos	50.400,00 €
Seg. Soc.	10.692,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.440,00 €
Otro gastos	2.400,00 €
Amortización del inmovilizado material	7.634,48 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
Total gastos fijos estimados	85.863,15 €
Margen bruto medio sobre ventas	40 %
Umbral de rentabilidad	214.657,87 €

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

Esto supondría una facturación anual de 214.657,87 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 17.888,16 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar el 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	12.607,76 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.771,55 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Utensilios	1.034,48 €		
Equipamiento	25.000,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	1.650,00 €		
Mercancía y materiales	5.220,00 €		
Tesorería (*)	20.092,80 €		
IVA soportado	8.133,41 €		
Total activo	80.710,00 €	Total pasivo	80.710,00 €

(*) Se consideran 20.092,80 € 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	200.000,00	230.000,00	260.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 60%)	120.000,00	138.000,00	156.000,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	80.000,00	92.000,00	104.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	200.000,00	230.000,00	260.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	120.000,00	138.000,00	156.000,00
MARGEN BRUTO	80.000,00	92.000,00	104.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.900,00	9.900,00	9.900,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	2.400,00	2.400,00	2.400,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Sueldos + S.S.	61.092,00	61.092,00	61.092,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.440,00	1.440,00	1.440,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	7.634,48	7.634,48	7.634,48
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	85.863,15	85.863,15	85.863,15
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 5.863,15	6.136,85	18.136,85

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio, el dependiente contratado a tiempo completo, los dos reposteros o encargados de la elaboración de los dulces, a lo que se le suma la cuota a 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.