

300 planes de negocio

Plan de negocio
COMERCIO DE MODA INFANTIL

Sector de Comercio

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 comercialización de prendas de vestir y complementos de moda infantil.

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

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

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Según los últimos datos publicados por FIMI (Feria Internacional de la Moda Infantil), cada familia española se gastó en 2002 para vestir a sus niños un total de 420 euros, pero esta cantidad no ha hecho sino aumentar en los últimos años. La moda se ha vuelto importante para los más pequeños –o, al menos, para sus progenitores– y, como buena prueba de ello, el sector de la confección infantil incrementa su facturación temporada tras temporada.

ASEPRI, la organización que agrupa a las principales compañías del ramo, facilita unos datos muy reveladores: de 1998 a 2001 el volumen de negocio de sus asociados creció a un ritmo de más de un 20% anual. Otro síntoma de bonanza: la facturación total del sector, que en 2002 alcanzó los 2.515 millones de euros.

¿Cómo es esto posible? La cuestión sería imposible de contestar sin tener en cuenta, por un lado, el cambio de actitud que se ha producido en España en las dos últimas décadas con respecto a la moda en todas sus manifestaciones. Y, por otro, sin contar con la aparición de una generación de padres "mucho más permisiva y atrevida a la hora de vestir a sus hijos", dicho en palabras de Pepa Ortiz, directora de una de las ferias de moda infantil más importantes del mundo (FIMI, en Valencia).

Como consecuencia, los padres compran cada vez más ropa a los niños y esa ropa, en tanto que suele ser de marcas punteras y de mejor calidad es, a su vez, más cara. La ecuación, finalmente, da como resultado que el 15% del presupuesto para vestirse de las familias se dedique ya a los más pequeños de la casa. Pero sería muy parcial resumir el fenómeno en meros términos económicos.

Está claro que detrás de la moda se esconde un negocio, pero el negocio no existiría sin un público receptivo, dispuesto a captar y hacer suyos los nuevos modos de vida y de vestir que se proponen desde la publicidad y las pasarelas respectivamente.

Todos los aspectos anteriores están convirtiendo de nuevo a la infancia en un atractivo segmento de mercado.

2.2. La competencia

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

- *Tiendas de ropa infantil ubicadas en la zona de influencia del establecimiento.* Estos comercios van a ser la competencia directa de negocio. Por tanto, habrá que estudiar concienzudamente la zona escogida ya que es básico saber qué hace la competencia ya establecida y apostar por la diferenciación.
- *Otros establecimientos que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial:* fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes.

2.3. Clientes.

Los artículos que se comercialicen en el establecimiento estarán destinados a cubrir las necesidades de vestir niños desde 0 hasta los 10 años.

Por otro lado, el negocio se dirigirá a un público general aunque habrá que considerar especialmente a qué segmentos de la población se quiere enfocar el negocio: confección de gama alta, media o baja.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

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

- **Ofrecer calidad:**

Para asegurar el éxito del negocio es fundamental disponer de una oferta de calidad. Esto se traduce en artículos con buen diseño y en la introducción continua de novedades.

Actualmente, la moda infantil se está diversificando en diversas líneas incorporando a la línea clásica de vestir las líneas casual, sport, ropa divertida...

Además hay establecimientos que amplían la gama añadiendo complementos, juguetes y otros artículos de niños.

- **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, además, contactar con proveedores y con otras empresas del sector.

La principal de estas ferias es la Feria Internacional de Moda Infantil y Juvenil de Valencia (FIMI) que se celebra dos veces al año: la edición otoño/invierno en enero y la edición primavera/verano en junio.

Una vez conocidas las tendencias de la temporada, es fundamental conocer los gustos de los clientes para adaptarse a ellos.

- **Cuidar la imagen del negocio:**

En este tipo de negocios 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.

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.

También es importante cuidar la accesibilidad del local de modo que éste sea accesible para los niños y los carritos de bebé por lo que 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 infantil, es necesario estar preparado para el trato con niños.

Es muy importante que las personas implicadas en este negocio 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 técnicas de marketing como pueden ser anuncios, folletos... aunque la mejor de ellas consiste en la atención y el asesoramiento personalizado sobre las distintas prendas y las combinaciones de colores, los complementos...

Por otra parte, a la hora de decidirse por un negocio de este tipo existen dos opciones. La primera de las opciones es establecerse de forma independiente y surtir la tienda de artículos procedentes de proveedores mayoristas.

La segunda opción es la de introducirse en el sector a través de alguna cadena ya establecida. Para ello, existen algunas empresas en el sector que, en forma de franquicia, pueden ofrecerle, además de su experiencia, artículos de diseño y fabricación propia. Algunas de estas empresas son: Caribú, Charanga, Canadá House, 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:

- **Línea para recién nacido** (de 0 a 3 meses): chales, faldones, sacos, vestidos, jerseys, pantalones, abrigos... y complementos.
- **Línea para bebé** (de 3 meses a 3 años): vestidos, pichis, pantalones, conjuntos... y complementos.
- **Línea infantil** (de 3 a 10 años): vestidos, blusas, pantalones, conjuntos... y complementos.

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe estar perfectamente planificada para que se garantice un buen surtido de artículos pero evitando almacenamientos innecesarios, sobre todo en artículos de moda pasajera.

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

Para este negocio la línea a seguir en cuanto a los artículos debe basarse en una oferta estudiada en función de las tendencias de la moda y adaptada a las necesidades de los clientes mediante la ampliación del surtido de artículos y la mejora continua de los servicios.

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.

Por ello, la fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tipo y calidad de los artículos que se venda, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

4.3. Comunicación

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

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 solucionando las posibles preguntas de los clientes es la mejor estrategia publicitaria que se puede adoptar.

Otro elemento clave a la hora de atraer a los clientes es el escaparate. Es necesario el dominio de las técnicas de escaparatismo (iluminación, colores, formas, decoración, etc.)

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Para el funcionamiento normal se necesita de una única persona a tiempo completo. Esta persona estará en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, atienda a los clientes, etc.

En algunas ocasiones puede ser necesario contar con personal de apoyo: en épocas del año donde la rotación de artículos es mayor, por ejemplo, Navidad y rebajas. Para ello, se puede contratar a una persona para estas ocasiones.

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.

5.2. Formación

El perfil y la formación requeridos para los trabajadores dependerá de las tareas que vayan a desarrollar:

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

- **Tareas de venta.** 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. El perfil que mejor se adecua a este tipo de negocio es una persona con buen gusto e ideas para asesorar a los clientes sobre los artículos de moda infantil, etc.

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.

- **Arreglos de prendas.** Es conveniente poseer conocimientos sobre costura y arreglo de prendas. Si no se poseen estos conocimientos, una opción es contar con los servicios de una costurera, al menos, para el arreglo de largos de bajos y mangas.
- **Gestión del negocio.** Se requiere que la persona que gestione el negocio tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras, facturación...). Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.

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. También pueden resultar interesantes las nuevas zonas residenciales con gran población infantil.

A ser posible es conveniente que la calle sea peatonal o con un acerado ancho.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de 35 m² que habrá que distribuir de modo que se consiga la máxima racionalidad de la instalación.

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 para tener expuesta toda la mercancía, mediante los expositores, los percheros y el resto del mobiliario.

Se debe disponer de un probador aunque 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 15.025 € (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 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. 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.

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

- Mostrador.
- Mueble expositor y estanterías.
- Para los probadores: espejo y perchero.

El coste por estos elemento puede rondar los 2.500 € (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 dar servicios de asesoramiento y gestión comercial dentro de la distribución de ropa infantil, tendrá que ser como mínimo la siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA	7.250 €	1.160 €	8.410 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600 €	96 €	696 €
TOTAL	7.850 €	1.256 €	9.106€

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 hacen dos grandes compras al año: primavera-verano y otoño-invierno por lo que lo habitual es hacer una compra al principio de cada temporada (una en primavera y otra en otoño) e ir posteriormente adecuando la oferta mediante reposiciones puntuales.

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. 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 700 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.6. 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	350 €
Suministros	90 €
Sueldo	900 €
Cuota Autónomos	225 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	60 €
Total Pagos en un mes	1.775 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	5.325 €

6.7. 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	12.953 €	2.072 €	15.025 €
Mobiliario y decoración	2.155 €	345 €	2.500 €
Stock inicial y materiales	7.850 €	1.256 €	9.106 €
Equipo informático	1.100 €	176 €	1.276 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	700 €	0 €	700 €
Fondo de maniobra	5.325 €	0 €	5.325 €
TOTAL	31.283€	4.041 €	35.324 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector se encuentran comprendidos en un amplio abanico en función de la competencia, de los artículos que se trabajen y de la situación del local. Así, podemos encontrarnos con comercios que trabajan con un margen del 70% sobre el precio de compra y otros que lo hacen con el 150% (equivalente a un margen del 60% sobre el precio de venta).

Las recomendaciones, estimadas por empresas expertas en el sector, para los márgenes medios sobre el precio de factura con compra directa en fábrica para ropa de niños y bebés son los siguientes:

- Ropa interior: 90%.
- Confección medio-baja: 100%.
- Confección de boutique: 120%.

Habrà que tener en cuenta que estos márgenes quedarán reducidos en épocas de rebajas. Para realizar el estudio hemos considerado que las prendas que se comercializan son de confección media y que el margen, tras descontar los deterioros y rebajas, queda en el 70% sobre las compras (equivalente a un margen del 41,2% sobre el precio de venta).

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 58,8% del volumen de las ventas del mes. Este consumo es equivalente al margen del 70% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 35 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 350 € 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 90 € 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:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.125 € (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S.	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	900 €	225 € (*)	1.125 €
TOTAL	900 €	225 €	1.125 €

(*) Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo

En las épocas en las que fuera necesario contar con personal de apoyo, se podría contratar a un empleado para refuerzo de las ventas.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 720 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 60 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.953 €	10 %	1.295 €
Mobiliario y decoración	2.155 €	20 %	431 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
TOTAL ANUAL			2.001 €

(*) 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:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 58,5% 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	4.200 €
Suministros	1.080 €
Sueldos	10.800 €
Cuota Autónomos	2.700 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	720 €
Amortización del inmovilizado material	2.001 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	23.701 €
Margen bruto medio sobre ventas	41,2%
Umbral de rentabilidad	57.526 €

Esto supondría una facturación anual de 57.527 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 4.794 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar la tienda de ropa infantil 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	12.953 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	2.155 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	700 €		
Mercancía y materiales	7.850 €		
Tesorería (*)	5.325 €		
IVA soportado	4.041 €		
Total activo	35.324 €	Total pasivo	35.324 €

(*) Se consideran 5.325 € 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	50.000	60.000	75.000
Coste de las ventas (Ventas x 58,8%)	29.400	35.280	44.100
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	20.600	24.720	30.900

La previsión de resultados para el comercio de confección infantil es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	50.000	60.000	75.000
COSTE DE LAS VENTAS	29.400	35.280	44.100
MARGEN BRUTO	20.600	24.720	30.900
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	4.200	4.200	4.200
Suministros, servicios y otros gastos	1.080	1.080	1.080
Otros gastos	720	720	720
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	13.500	13.500	13.500
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.001	2.001	2.001
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	23.701	23.701	23.701
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 3.101	1.019	7.199

(1) Se ha considerado que durante este primer año no se va a contratar a ningún empleado, por lo que el gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio.

(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.