

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**COMERCIO DE PRENDAS VAQUERAS**

**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 vaqueras, de sport y moda casual.

### 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

El tejido y los pantalones vaqueros o jeans son unos clásicos en todos los armarios de la juventud española.

Según expertos del sector, los jóvenes suelen comprar como mínimo dos pantalones vaqueros al año.

A la hora de iniciar este negocio habrá que decantarse por una de las dos opciones posibles: una tienda en la que ofertar varias marcas o una franquicia, en la que sólo venderá ropa y complementos de una única marca.

La opción de la franquicia ofrece ventajas como facilidades para formarse en el sector, orientación en el modo de trabajo, comercializar una marca conocida, etc. Sin embargo, tiene el inconveniente de necesitar una inversión inicial mucho más elevada. Entre las franquicias más destacadas se encuentran Pepe Jeans, London y Levis' Strauss.

Por el contrario, la opción de montar un negocio independiente ofrece la posibilidad de poder ofertar una mayor variedad de líneas de producto (moda juvenil no vaquera) y una inversión inicial mucho menor.

### 2.2. La competencia

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

- Tiendas de ropa vaquera ubicadas en la zona de influencia del establecimiento. Estos comercios van a ser la competencia directa de negocio. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para su ubicación 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 dirigidos a un público joven, especialmente al comprendido entre los 15 y 30 años.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

Las líneas estratégicas a seguir en un negocio moda vaquera y casual son similares a las de cualquier tienda de ropa aunque se deben considerar las peculiaridades de los artículos que se venden y del público al que se dirigen.

Como en cualquier negocio de moda, la ubicación en un lugar céntrico o de gran afluencia de público (fundamentalmente juvenil), escaparate amplio y bien decorado, una oferta de calidad y un excelente trato al cliente son los aspectos claves para conseguir que el negocio funcione.

En este caso, el aspecto fundamental que atrae a las personas usuarias de este tipo de ropa es acudir a un establecimiento donde se pueda encontrar ropa vaquera de varios estilos y con variedad de tallas, así como prendas de estilo casual, complementos...

Por este motivo es recomendable que el negocio disponga de una amplia oferta que vaya aumentando a medida que el negocio se consolide. También es recomendable disponer de distintas calidades y precios, dependiendo del tipo de prenda.

Para conocer las pautas de la moda en cuanto a colores, tejidos y estilos se debe 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.

Las principales ferias de este tipo en España son SIMM (Semana Internacional de la Moda de Madrid) que se celebra en el Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid y que incorpora el salón "Cien x Cien" dedicado a la moda vaquera y casual y el Salón de la Moda de Barcelona que se celebra en el recinto ferial FIRA de Barcelona. Ambos eventos se celebra dos veces al año: la edición otoño/invierno en febrero y la edición primavera/verano en septiembre.

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. Aquí habrá que decidir si se opta por ofrecer prendas de marcas conocidas para lo que habrá que acudir a distribuidores oficiales de esas marcas que exigirán unas compras mínimas un par de veces al año; o vender prendas de marcas poco conocidas.

La segunda opción es la de introducirse en el negocio a través de alguna cadena ya establecida. Para ello, existen algunas empresas en el sector que, en forma de franquicia, pueden ofrecer, además de su experiencia, artículos de diseño y fabricación propia. En este caso, sólo se pondrá vender artículos de la marca de la empresa franquiciadora y, aunque esta opción tiene la ventaja de contar con el apoyo de una firma de prestigio, la inversión inicial resulta mucho más elevada.

## 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 vaquera:** pantalones, faldas, cazadoras y otras prendas confeccionadas en tejido vaquero.
- **Línea sport y casual:** ropa juvenil cómoda y desenfadada (sudaderas, camisetas, blusas, camisas, cazadoras, pantalones, etc).
- **Complementos:** cinturones, pañuelos, etc.

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe ser 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, sobre todo en artículos de moda pasajera.

La política de surtido 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.

Por ello, la fijación de precios debe considerar, tanto el tipo y calidad de los artículos ofertados como los precios de la competencia.

### 4.3. Comunicación

Para la promoción 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 los clientes satisfechos. 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 desarrollar.

En este sentido, es muy importante la comunicación que se realiza en el propio establecimiento. Por ello, el vendedor debe estar perfectamente preparado para asesorar del mejor modo al cliente.

Otro elemento clave a la hora de atraer a los clientes es el escaparate. Por ello es necesario tener conocimientos de escaparatismo (iluminación, colores, formas, composición, estilos,...).



## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Este es un negocio que generalmente para su funcionamiento normal 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, Semana Santa y Feria, cuando se reciba mucha mercancía, etc. 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

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.

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 juvenil como son los centros comerciales y sus proximidades, calles comerciales o zonas de paso de jóvenes.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de unos 60 m<sup>2</sup>. Si el número de prendas vaqueras es muy alto, debido al volumen de estas prendas, puede ser preciso contar con un almacén de unos 10 m<sup>2</sup>.

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.

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

Debe conseguirse la máxima funcionalidad cuidando a su vez 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 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 3.000 € (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                       | 15.500 €        | 2.480 €        | 17.980€         |
| OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...) | 600 €           | 96 €           | 696 €           |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>16.100 €</b> | <b>2.576 €</b> | <b>18.676 €</b> |

Con esta cantidad sólo 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 ampliar el surtido.

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

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 1.200 € (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                       | 600 €          |
| Suministros                    | 100 €          |
| Sueldo                         | 900 €          |
| Cuota Autónomos                | 225 €          |
| Asesoría                       | 60 €           |
| Publicidad                     | 90 €           |
| Otros gastos                   | 60 €           |
| <b>Total Pagos en un mes</b>   | <b>2.035 €</b> |
| Meses a cubrir con F. Maniobra | 3              |
| <b>FM 3 meses (APROX)</b>      | <b>6.105 €</b> |

## 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                   | 2.586 €         | 414 €          | 3.000 €         |
| Stock inicial y materiales                | 16.100 €        | 2.576 €        | 18.676 €        |
| Equipo informático                        | 1.100 €         | 176 €          | 1.276 €         |
| Gastos de constitución y puesta en marcha | 1.200 €         | 192 €          | 1.392 €         |
| Fianzas                                   | 1.200 €         | 0 €            | 1.200 €         |
| Fondo de maniobra                         | 6.105 €         | 0 €            | 6.105 €         |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>41.244 €</b> | <b>5.430 €</b> | <b>46.674 €</b> |

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector dependen, fundamentalmente, del tipo de artículo y de sus marcas, pudiendo oscilar por término medio desde el 50% al 90% sobre las compras. Siguiendo las recomendaciones del sector para un negocio como el que proponemos, el margen medio deberá situarse en torno al 75%.

Habrá que considerar que este margen será inferior en épocas de rebajas por lo que quedará reducido aproximadamente a un 65% anual. Por este motivo, hemos usado un margen del 65% sobre precio de compra para realizar el estudio (equivalente a un 39,4% sobre 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 60,6% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 65% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 60 m<sup>2</sup>. 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 600 €.

- **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 100 € 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<br>(trabajador autónomo) | 900 €        | 225 € (*)    | 1.125 €        |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>900 €</b> | <b>225 €</b> | <b>1.125 €</b> |

(\*) 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  | 2.586 €   | 20 %           | 517 €                    |

|                    |         |      |                |
|--------------------|---------|------|----------------|
| Equipo informático | 1.100 € | 25 % | 275 €          |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |         |      | <b>2.087 €</b> |

(\*) 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 €                    |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                       |           |                | <b>400 €</b>             |

### 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 60,6% 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                                   | CUNTÍA          |
|--|-----------------|
| Alquiler                                 | 7.200 €         |
| Suministros                              | 1.200 €         |
| Sueldos                                  | 10.800 €        |
| Cuota Autónomos                          | 2.700 €         |
| Asesoría                                 | 720 €           |
| Publicidad                               | 1.080 €         |
| Otro gastos                              | 720 €           |
| Amortización del inmovilizado material   | 2.087 €         |
| Gastos a distribuir en varios ejercicios | 400 €           |
| <b>Total gastos fijos estimados</b>      | <b>26.907 €</b> |
| <b>Margen bruto medio sobre ventas</b>   | <b>39,4%</b>    |
| <b>Umbral de rentabilidad</b>            | <b>68.292 €</b> |

Esto supondría una facturación anual de 68.292 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 5.691 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 confección vaquera 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 | 2.586 €         | Fondos Ajenos       | FA              |
| Equipo informático      | 1.100 €         |                     |                 |
| Gastos de constitución  | 1.200 €         |                     |                 |
| Fianzas                 | 1.200 €         |                     |                 |
| Mercancía y materiales  | 16.100 €        |                     |                 |
| Tesorería (*)           | 6.105 €         |                     |                 |
| IVA soportado           | 5.430 €         |                     |                 |
| <b>Total activo</b>     | <b>46.674 €</b> | <b>Total pasivo</b> | <b>46.674 €</b> |

(\*) Se consideran 6.105 € 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       |
|--|---------------|---------------|---------------|
| <b>Ventas</b>                                      | 65.000        | 80.000        | 100.000       |
| <b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 60,6%)        | 39.390        | 48.480        | 60.600        |
| <b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas) | <b>25.610</b> | <b>31.520</b> | <b>39.400</b> |

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

| PREVISIÓN DE RESULTADOS                             | Prev. 1       | Prev. 2       | Prev. 3       |
|---|---------------|---------------|---------------|
| VENTAS  | 65.000        | 80.000        | 100.000       |
| COSTE DE LAS VENTAS                                 | 39.390        | 48.480        | 60.600        |
| <b>MARGEN BRUTO</b>                                 | <b>25.610</b> | <b>31.520</b> | <b>39.400</b> |
| GASTOS DE ESTRUCTURA:                               |               |               |               |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN                               |               |               |               |
| Alquiler  | 7.200         | 7.200         | 7.200         |
| Suministros, servicios y otros gastos               | 1.200         | 1.200         | 1.200         |
| 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                       | 2.087         | 2.087         | 2.087         |
| GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS            |               |               |               |
| Gastos a distribuir en varios ejercicios            | 400           | 400           | 400           |
| <b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>                   | <b>26.907</b> | <b>26.907</b> | <b>26.907</b> |
| <b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b> |               |               |               |

(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.