

300 planes de negocio

**Plan de negocio
COMERCIO DE PRODUCTOS
DIETÉTICOS / NUTRICIONALES**

Sector de Alimentación y Bebidas

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

En este proyecto se describe la creación de un negocio especializado en la venta de productos dietéticos. Se trata de productos compuestos de una determinada manera o siguiendo un proceso de fabricación particular para conseguir un objetivo nutritivo o complementar la dieta normal de una persona.

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 a la reglamentación técnico-sanitaria y a la del comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Real Decreto 1091/2000, de 9 de junio, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria específica de los alimentos dietéticos destinados a usos médicos especiales.
- Real Decreto 1444/2000, de 31 de julio, por el que se modifica la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de preparados alimenticios para regímenes dietéticos y/o especiales, aprobada por Real Decreto 2685/1976, de 16 de octubre.
- 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.

Si en nuestra tienda se vendiesen plantas medicinales, habría que tener en cuenta la siguiente normativa:

- Orden de 3 de octubre de 1973 por la que se establece el registro especial para preparados a base de especies vegetales medicinales (BOE 247/1973, de 15 octubre 1973).
- Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del medicamento (BOE 306/1990, de 22 diciembre 1990).
- Orden SCO/190/2004, de 28 de enero, por la que se establece la lista de plantas cuya venta al público queda prohibida o restringida por razón de su toxicidad (BOE 32/2004, de 6 febrero 2004).

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, un claro perfil comercial y, a su vez, se sienta identificada con la cultura de la alimentación sana y la salud nutricional.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El mercado de productos dietéticos está en un momento de crecimiento y hay una tendencia importante en los últimos años a consumir productos sanos. Este crecimiento viene provocado por diversos factores: mayor poder adquisitivo de la gente, mayor preocupación de los individuos por estar en forma y por la alimentación sana, etc.

Según estudios de "AC Nielsen", el 89% de las familias españolas reconoce consumir alimentos saludables con el objetivo de prevenir enfermedades o mantener un buen estado físico. Dos de cada tres consumidores reconoce que los compra y consume por salud, mientras que sólo una pequeña parte de ellos dice que les gustan o que tienen buen sabor.

Según otro estudio de "TNS Worldpanel Usage", los hogares españoles apostaron por alimentos y bebidas sanas en busca de un menú saludable en una de cada tres comidas en el 2006.

Los productos más demandados en este sector son los bajos en grasa, los de alto contenido en fibra, integrales o con bífidos.

2.2. La competencia

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

- *Tiendas especializadas de similares características a las del negocio que se describe en este proyecto.* Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. Se encuentran dispersas en las ciudades, y tienen un gran conocimiento de los productos que venden. 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.

- *Supermercados e hipermercados* que dentro de su servicio de supermercado, cuentan con artículos dietéticos y a precios competitivos, y entre ellos, productos dietéticos.
- *Herbolarios* donde se pueden encontrar algunos de estos productos.
- *Cadenas de franquicias* que están proliferando. Para un inicio, dan mayor respaldo, pero te dan menos libertad a la hora de crecer, diversificar, etc.
- *Farmacias*, que incluyen artículos naturales y dietéticos, como infusiones, cápsulas, etc.

2.3. Clientes

El negocio se dirigirá al público en general, si bien la demanda de este tipo de productos suele ser una demanda directa, es decir, que el cliente busca claramente un producto dietético.

En los últimos años, hay muchas personas que están cambiando sus hábitos alimenticios y buscan complementar su dieta diaria con nutrientes y sustancias que no se toman en la dieta normal. También son clientes las personas que buscan perder peso, deportistas, personas que tienen problemas de diabetes o de colesterol por ejemplo.

En definitiva, podemos clasificar a los clientes de nuestro negocio en dos tipos principales: primera infancia y adultos.

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 una oferta amplia y variada de productos adecuada a sus necesidades y una buena atención.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Oferta de Calidad:** Se deben seleccionar rigurosamente los productos y a los proveedores para poder ofrecer la máxima calidad.
- **Precios razonables:** Un inconveniente de este tipo de productos suele ser su precio más elevado. Por ello es importante buscar proveedores con los que llegar a buenos acuerdos.
- **Especialización:** La estrategia principal que se debe seguir es la especialización en productos dietéticos. Sin embargo, podríamos ampliar nuestra oferta de productos añadiendo productos de belleza naturales u otros como música relajante, inciensos, etc.
- **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 todas las líneas de artículos y que actúe de carta de presentación. El diseño interior también debe ser cuidado, exponiendo la variedad de artículos que se ofrecen.

- **Información al consumidor:** Es fundamental informar al consumidor de las propiedades y componentes de los productos dietéticos con respecto a los convencionales, tales como los beneficios para la salud, la calidad de los mismos... A veces, no es suficiente con la información del etiquetado de los productos.

Así mismo, se recomienda que en un futuro se ofrezca un consultorio en la misma tienda y cobrar este servicio por visitas. De esta forma, incrementaríamos en gran medida nuestro margen de beneficios.

- **Imagen de los productos:** Intentar que el aspecto de los productos para el consumidor sea atractivo mediante las envolturas, etiquetas o embalajes.
- **Atención a domicilio:** Sería interesante, si no en los inicios en un futuro, ofrecer un servicio de atención a domicilio para que se puedan hacer pedidos por teléfono sin necesidad de desplazarse.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio son muy variados. El objetivo fundamental de estos productos será contribuir al mantenimiento de un adecuado estado de salud y bienestar físico y psíquico. Algunos de ellos son los siguientes:

- Productos de dietética infantil: leche, harinas, purés y sopas, papillas, verduras deshidratadas, zumos de frutas, etc.
- Edulcorantes, lecitina de soja (vitaminada, enriquecida con minerales...).
- Complementos alimenticios de fibra.
- Complementos para situaciones de esfuerzo muscular: líquidos, bebidas isotónicas, energizantes sólidos...
- Complementos vegetales y minerales (con y sin vitaminas).
- Productos alimenticios destinados al control de peso.
- Otros como ácidos grasos, aceites, aminoácidos, jalea real, levaduras, minerales, vitaminas, etc.

Uno de los problemas principales en el desarrollo de las actividades propias de este negocio es la dificultad de contactar con proveedores capaces de suministrar periódicamente la mercancía necesaria, ya que éstos son escasos. Por tanto, una de las cuestiones fundamentales para el buen funcionamiento del negocio es localizar a buenos proveedores que aseguren una amplia variedad y una alta calidad de los productos.

Es conveniente ir ampliando el surtido de forma gradual, a medida que el negocio vaya asentándose y se vaya conociendo la demanda de los clientes más fieles, añadiendo así, valor al negocio. Para el inicio de la actividad, es suficiente con una gama de los productos más demandados.

4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer productos dietéticos 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.

Además, la amplia gama de productos ofertados hace que en la misma tienda haya productos con precios muy dispares, situándose normalmente el precio medio para estos productos entre los 20 y 25 euros.

4.3. Comunicación

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación son las que se exponen a continuación:

- El local debe dar una imagen adecuada para que el cliente se sienta a gusto, y atraído, con lo que repita su visita. Deben cuidarse los detalles como la decoración, escaparate, expositores, etc., que reflejen una imagen totalmente identificada con los artículos que comercializa. Las vitrinas de exposición y venta deben ofrecer todo el surtido a disposición del cliente de manera cómoda. El personal debe transmitir profesionalidad y estar lo suficientemente capacitado para orientar al cliente en sus compras.
- Publicidad: Hay que intentar que el público objetivo asimile progresivamente este tipo de productos. Puede hacerse a través de buzoneo por la zona donde se ubique el negocio, folletos en el local sobre ofertas y sobre productos novedosos, anuncios en Internet en páginas del sector, etc.
- Realizar promociones es siempre una buena forma de captar clientes nuevos, por ejemplo, en inicio de temporada de verano con promociones en productos de adelgazamiento.

- Es conveniente aparecer en los directorios comerciales de la ciudad (como páginas amarillas, QDQ, etc.). También puede resultar interesante publicitarse en revistas especializadas sobre temas nutricionales, de dietética, alimentación sana, etc.
- Aprovechar las nuevas tecnologías puede ser oportuno, si el emprendedor cuenta con presupuesto, para llegar a un público que use Internet, diseñar una web propia.
- La atención amable al cliente y las buenas prestaciones del producto hacen que con el "boca a boca" sea la herramienta más eficaz para atraer clientes.



5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Es posible que, en un principio, una sola persona sea suficiente, dado que hasta que no "arranque" el negocio con una fuerte afluencia de público, no va a haber gran actividad comercial.

Sin embargo, existen momentos a lo largo de la semana en las que la actividad se concentra así como épocas en las que las ventas se disparan. En estos momentos es necesario contar con personal de apoyo al igual que ocurrirá en el momento en el que el negocio comience a consolidarse y a aumentar las ventas.

Por ello, en este proyecto se ha considerado que el negocio será atendido por una persona a tiempo completo y otra a media jornada que también sirva de apoyo en momentos de trabajo punta.

Es conveniente que la persona que esté a tiempo completo sea el emprendedor, para lo que deberá darse de alta en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio además de atender a los clientes, etc.

HORARIOS

En cuanto al horario de apertura al público debe ser el habitual para los comercios adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

5.2. Formación

El servicio que se preste en el establecimiento va a ser fundamental para ganarse a la clientela, por eso, el personal que atienda al público debe estar especializado y formado en materia de productos dietéticos para poder asesorar y aconsejar al cliente durante su compra. Dejará 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.

Existe, en este sentido, una gran variedad de cursos impartidos por escuelas privadas, centros públicos y asociaciones profesionales. Entre ellos hay un módulo muy aconsejable para emprendedores de este tipo de negocios: el de Formación Profesional para Técnicos Especialistas en Dietética y Nutrición.

Aparte de ello, sería importante que la persona encargada de la gestión del negocio tuviese cierta experiencia o formación en dirigir un negocio, con conocimientos en las tareas administrativas que ello conlleva, como gestión de inventarios, contabilidad, nóminas... 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

Para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público y próxima a calles comerciales.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local puede ser muy variado y dependerá de la inversión que el emprendedor esté dispuesto a realizar. En este proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie mínima de unos 50m² que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

Para lograrlo, es recomendable que la mayor parte del local sea tienda (35m²) para colocar los productos a modo de supermercado, exceptuando el aseo exigido legalmente (5m²) y el almacén (10m²). De este modo se conseguirá aprovechar al máximo la superficie del local para tener expuesta toda la mercancía, mediante los expositores, las vitrinas y el resto del mobiliario.

El establecimiento dispondrá de un diseño abierto, donde los productos quedarán a la vista del cliente integrados en la decoración del local, haciendo así más atractiva su venta.

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 cual 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 14.790,00 € (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 mismo pueda apreciar la variedad que se ofrece.

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 3.690,00 € (IVA incluido) aproximadamente. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Equipamiento

El equipamiento mínimo necesario para iniciar el negocio se compone de aquellos elementos necesarios para mantener los productos dietéticos en perfectas condiciones. Para ello, será necesario disponer de una cámara frigorífica y una vitrina expositora frigorífica.

El coste total de este equipamiento puede rondar los 3.190,00 € (IVA incluido).

6.4. Adquisición del stock inicial

Con la compra inicial básica, según empresas del sector, sólo se cubriría 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 a ampliar el surtido.

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 MERCANCÍA	8.000,00 €	1.280,00 € (*)	9.280,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	8.600,00 €	1.376,00 €	9.976,00 €

(*) 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%.

Con esta cantidad sólo se cubre 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 y adecuar la oferta a las demandas de los clientes.

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

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 € (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 1.300,00 € (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	754,00 €
Suministros	139,20 €
Sueldos	2.050,00 €
S.S.	181,50 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	116,00 €
Total Pagos en un mes	3.461,10 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	10.383,30 €

6.8. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	12.750,00 €	2.040,00 €	14.790,00 €
Mobiliario y decoración	3.181,03 €	508,97 €	3.690,00 €
Stock inicial y materiales	8.600,00 €	1.376,00 €	9.976,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Equipamiento	2.750,00 €	440,00 €	3.190,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	1.300,00 €	0,00 €	1.560,00 €
Fondo de maniobra	10.383,30 €	0,00 €	10.383,60 €
TOTAL	42.514,33 €	4.932,97 €	47.447,30 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Al comercializar una gran variedad de artículos, el abanico en el que se mueven los márgenes comerciales es muy amplio.

Según información del sector, el margen medio del negocio suele estar entre el 25% y el 50% sobre el precio de venta en función de los artículos que se vendan y de la política de precios aplicada.

Para realizar este estudio hemos utilizado un margen bruto global, una vez descontados los deterioros y mermas, del 35% sobre la facturación, equivalente a un margen del 53,85% sobre el coste de las compras.

Hay que tener en cuenta que este margen sólo se refiere a la comercialización de los productos. En el caso de que incluyéramos un despacho para consultas, el margen se elevaría considerablemente.

7.2. Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 65% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 53,85% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50m². 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 650,00 €.

- **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, 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:**

Para realizar el estudio se ha considerado que la tienda será atendida por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a un empleado a tiempo parcial para la atención a los clientes.

El gasto de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye 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€

(*) La cotización a la seguridad social en régimen de autónomo está incluida en el sueldo.

(**) 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 1.200,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 100,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.750,00 €	10 %	1.275,00 €
Equipamiento	2.750,00 €	20%	550,00 €
Mobiliario y decoración	3.181,03 €	20 %	636,21 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			2.873,71 €

(*) 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 éste 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:** Estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 65% 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	7.800,00 €
Suministros	1.440,00 €
Sueldos	24.600,00 €
Seguridad Social	2.178,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otro gastos	1.200,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.873,71 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33 €
Total gastos fijos estimados	43.005,04 €
Margen bruto medio sobre ventas	35%
Umbral de rentabilidad	122.871,54 €

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

Esto supondría una facturación anual de 122.871,54 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 10.239,30 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar el negocio 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	12.750,00 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.181,03 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Equipamiento	2.750,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	1.560,00 €		
Mercancía y materiales	8.600,00 €		
Tesorería (*)	10.383,30 €		
IVA soportado	4.993,66 €		
Total activo	47.447,30 €	Total pasivo	47.447,30 €

(*) Se consideran 10.383,30 € 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	100.000,00	130.000,00	150.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 65%)	65.000,00	84.500,00	97.500,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	35.000,00	45.500,00	52.500,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	100.000,00	130.000,00	150.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	65.000,00	84.500,00	97.500,00
MARGEN BRUTO	35.000,00	45.500,00	51.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	7.800,00	7.800,00	7.800,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Otros gastos	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario + S.S.	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	2.873,71	2.873,71	2.873,71
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	43.005,04	43.005,04	43.005,04
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-8.005,04	2.494,96	9.494,96

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el dependiente contratado a tiempo parcial, 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.