

300 planes de negocio

Plan de negocio
EMPRESA DE COMIDA A DOMICILIO

Sector de Hostelería, Restauración y Turismo

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 dedicado a la elaboración de comida preparada a domicilio.

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

Para poner en marcha el negocio, se deberá solicitar la Licencia de apertura a la autoridad competente, concretamente en el Área de Medio Ambiente / Servicio de Protección Ambiental, ya que se trata de un establecimiento relacionado en la Ley de Protección Ambiental de Andalucía.

Al tratarse de un negocio en el que se manipulan alimentos, la reglamentación es muy estricta, ya que recoge todos los aspectos relativos a: almacenamiento, manipulación, instalaciones, uniformes, etcétera.

Esta normativa se recoge principalmente en:

- Orden de 6 de abril de 1987, de las Consejerías de Economía Fomento, y Trabajo y Bienestar Social, sobre restaurantes, cafeterías, bares y similares en Andalucía.
- Ley 7/1994 de Protección Ambiental de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- 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).
- Ley 11/97, de 24 de abril, sobre envases y residuos desarrollada según la Directiva 94/62/CE.
- Decreto 262/1988, de 2 de Agosto, Libro de sugerencias y reclamaciones de la Junta de Andalucía.
- Real Decreto del Ministerio de Economía y Hacienda, sobre Ordenación del Comercio Minorista.

- Ley [Anti tabaco](#), las prohibiciones afectarán a los bares y restaurantes de más de cien metros cuadrados, salvo que se habilite un lugar específico y con ventilación independiente.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Normativas municipales específicas.

Como puede observarse, habrá que cumplir toda normativa vigente en materia de: publicidad de precios y facturación, sanidad, seguridad, industria, protección al consumidor y accesibilidad a discapacitados.

Otra cuestión muy importante a tener en cuenta es la referente a la elección del local ya que, al tratarse de una actividad clasificada, será necesario cumplir una serie de requisitos sobre instalación eléctrica, salidas de humos, etc. Además hay que comprobar que el local permita este tipo de uso y que la comunidad de vecinos a la que pertenezca el local consientan la colocación de la salida de humos.

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no exige grandes requisitos de formación, salvo para la persona encargada de la gerencia del negocio que deberá poseer formación o experiencia en la gestión de negocios de este tipo.

Normalmente el perfil más habitual en este tipo de negocio, para todos los empleados, suele ser una persona educada, orientada al servicio al cliente y con algo de experiencia y/o formación.

Resulta idóneo el proyecto para grupos de amas de casa, con amplios conocimientos de cocina, que aunque no hayan tenido experiencia laboral previa en el sector sepan cocinar los diferentes platos que se ofrecerán en el negocio.

También es adecuado para cualquier persona que le guste la cocina y esté interesada en dedicarse profesionalmente a ello.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El ritmo de vida es cada vez más intenso en la sociedad actual: flexibilidad laboral, incorporación de la mujer al trabajo, movilidad geográfica... son factores que hacen del tiempo un factor vital repercutiendo de manera notable en los hábitos alimenticios.

Las autoridades competentes en materia de salud y nutrición, lanzan continuamente estudios sobre los hábitos de la población, que cada vez descuida más su alimentación y por tanto su salud. Este hecho es lo que hace diferenciar este negocio de otros ya existentes en el sector, al ofrecer comida elaborada con ingredientes naturales, frescos, de la conocida y saludable Dieta Mediterránea y llevarla hasta el domicilio del cliente.

Según el informe de marzo de 2007 de la consultora DBK sobre el sector de la comida rápida y a domicilio, el mercado registró una aceleración del crecimiento de las ventas en el periodo 2005-2006, hasta alcanzar los 2.240 millones de euros.

En 2006 se mantuvo la trayectoria de aceleración que había iniciado en 2005, del crecimiento de las ventas totales de los establecimientos de comida rápida y a domicilio siendo la tasa de variación del 9,3%.

Las ventas en mostrador, siguieron aumentando su participación sobre el mercado total al crecer un 10%, superior al registrado por los servicios a domicilio cuyo crecimiento fue del 4,8%.

Por segmentos de actividad, destaca el crecimiento de otros establecimientos, que registraron un incremento en el 2006 de un 22%.

En el cuadro que se muestra a continuación se muestran los principales datos del sector para el año 2006.

Tipo establecimiento	Mercado (millones de €)	Crecimiento del Mercado
Hamburgueserías	1.020	8,5%
Pizzerías	565	5,6%
Bocadillerías	405	9,5%
Otros establecimientos (freidurías, asadores de pollos, kebabs, etc.)	205	22,0%
	2.240	9,3%

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia se distinguen varios tipos de competidores:

- *Las grandes cadenas de "Fast - Food" o comida rápida* (McDonald, Burger-King, Telepizza, Pan&Company, etc.). En ellas destaca la rapidez en el servicio, precios competitivos, y que en el propio establecimiento se puede consumir la comida. Además, se caracterizan por ofrecer una gran rapidez en el servicio a domicilio.
- *Otros establecimientos de comida como restaurantes, bares de tapas, que ofrecen el servicio de comida a domicilio.* Un ejemplo lo constituyen los restaurantes chinos, que además de servir los menús en el propio establecimiento, también sirven la comida a domicilio.
- *Establecimientos del tipo asadores, freidurías, etc.* Suponen un producto sustitutivo pero no ofrecen servicio a domicilio que es la actividad principal de nuestro negocio.

Uno de los factores diferenciadores del servicio es que los pedidos se llevan a domicilio a petición del cliente. Por ello los competidores que carezcan de este servicio, no tendrán capacidad para competir con la empresa, en este concepto.

2.3. Clientes

El negocio se dirige al público en general, pero principalmente a trabajadores o personas jóvenes que necesitan no sólo adquirir la comida ya preparada, sino que además puedan llevárselo a su domicilio.

El grupo de clientes potenciales se puede desglosar, principalmente en:

1. Familias en las que ambos trabajen, sin tiempo para guisar, por lo que elegirían comidas de diario.
2. Jóvenes que se quedan solos en casa y deciden no hacer la comida, sino solicitarla por teléfono.
3. Cualquier persona que desee organizar una fiesta, celebración, etc. encargaría platos sueltos. Es importante abrirse hueco en este mercado, que permite mayor volumen de producción y así, una mayor rentabilización de la inversión.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

De este tipo de negocio, lo que los clientes buscan es la calidad y rapidez en el servicio. Existen diversas alternativas en función del enfoque estratégico que se quiera dar al negocio y de la inversión que se está dispuesto a afrontar. Entre las más importantes destacan las siguientes:

- Comida a domicilio. Se trata de preparar la comida en un pequeño local para luego servirla a domicilio. Esta es la opción que requiere menor inversión.
- Comida para llevar y a domicilio. Se trata de preparar la comida en un pequeño local en el que, no sólo se sirve la comida a domicilio, sino que también se sirve directamente a los clientes en mostrador.
- Bar/restaurante. Es la alternativa que supone un mayor esfuerzo inversor, pues el local debe ser de mayores dimensiones para poder albergar la zona de comedor. La comida a domicilio constituiría un servicio auxiliar integrado en la oferta del restaurante.

En principio, nuestro negocio se va a enfocar como la segunda opción, de tal forma que en futuro pueda ampliarse el negocio.

Por otra parte, el hecho de que cada vez exista una oferta mayor y diversa de empresas de este tipo hace necesario desarrollar una serie de elementos innovadores o líneas estratégicas:

1. Es fundamental conocer los gustos de los clientes e ir adaptando progresivamente la variedad de productos a las demandas de éstos. Por ello, una estrategia sería ir renovando la oferta, añadiendo platos originales, pudiendo elegir la imagen de productos caseros, de calidad, elaborados con ingredientes naturales. Actualmente existe preocupación por la alimentación sana, con lo que dirigir la oferta hacia productos ecológicos podría tener éxito.
2. Existen en este sector empresas que se han especializado en colectivos concretos. Son por ejemplo, trabajadores, que sin tiempo para cocinar, o desplazarse al hogar, solicitan la comida para tomarla en la oficina. Una opción futura muy buena sería la de llegar a un acuerdo con diferentes empresas para instalar una máquina de comida (sándwiches, montaditos, etc.) que fuera mantenida por nuestra empresa a

cambio de una cuota mensual. Por otro lado, las personas mayores con poca movilidad, pueden necesitar un servicio de comida y / o cena a domicilio.

3. Sería interesante encontrar un hueco en el mercado en las épocas navideñas, elaborando platos o menús especiales para las fiestas. Se ofrecería comida más variada, más elaborada, pero tan casera como si la hubiera preparado el anfitrión de la casa.
4. Existe en este sector un grupo de empresas que además de ofertar productos de elaboración propia, también ofrecen una amplia carta en la que incluyen menús y platos de diversos restaurantes (chinos, italianos, griegos, etc.) y heladerías, confiterías, que el cliente puede solicitar.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

Se trata de un sector muy competitivo donde es necesario desarrollar una estrategia de diferenciación.

Para que el negocio funcione es necesario establecer el diseño de los procesos de aprovisionamiento y elaboración de forma eficaz y rentable sin menoscabo de la calidad.

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía, la materia prima con la que se elaborarán los distintos platos. Ésta debe estar perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible, evitando almacenamientos innecesarios, pero evitando en lo posible las roturas de stock.

La elección de los proveedores debe realizarse concienzudamente y considerando diferentes variables: Calidad de los productos, plazos de servicio, condiciones comerciales (plazos de pago, descuentos en factura, descuentos por pronto pago, rappels, plazos de facturación, pedido mínimo, devoluciones, portes...).

Se puede recurrir a proveedores tipo "Cash and Carry" ("paga y llévatelo") o a aquellos que entregan directamente a sus clientes el producto pudiendo incluso dar crédito. Evidentemente esta última opción suele suponer unos precios más elevados.

Un punto muy importante es el cuidado a la hora de presentar la comida. El envasado es fundamental, no sólo para preservar el buen estado de conservación de ésta, sino por la imagen que transmite al cliente.

La venta es el último paso. Se recibirán las solicitudes por teléfono. Una opción muy interesante y que podría resultar muy atractiva para los clientes sería la de admitir pedidos a través de Internet, para lo cual habría que crear una página web. La siguiente fase es la del reparto a domicilio. Se deberá contar con un vehículo destinado a tal uso. Por ello se adquirirán varias motocicletas al comenzar el negocio, a medida que el negocio vaya creciendo, se irá teniendo una flota más amplia.

En caso de encargos de gran volumen, deben realizarse los pedidos con 48 horas de antelación.

A medida que el negocio vaya creciendo, si no se desea contar con una flota de vehículos propia, se podría contratar una empresa de reparto.

La oferta puede orientarse del siguiente modo:

- **Menús compuestos por un primer plato, segundo plato, postre, pan y bebida** (dando la posibilidad de elegir entre varios primeros y varios segundos). Estos menús deberán cambiarse cada cierto tiempo incluyendo novedades.
- **Platos individuales.**
- **Cualquier complemento.** Aperitivos, especialidades, bebidas, etc.

4.2. Precios

Para establecer el precio es necesario considerar tres niveles:

- Los costes del negocio y por análisis los costes por servicio dada una estructura.
- Los precios de la competencia para servicios similares.
- El precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por ese servicio.

Este es un sector en el que el precio de la competencia es muy representativo ya que el cliente objetivo tal y como se ha descrito recurrirá con asiduidad a este servicio y por ello el precio debe compensarle de otras opciones (ir a casa y preparar la comida él, acudir a un restaurante, etc.).

El precio de los productos vendrá dado por unas tarifas por menú y persona en torno a los 8 €, aunque el margen del menú dependerá de los gastos de elaboración.

4.3. Comunicación

Para darse a conocer existen diversas variables a tener en cuenta:

- El personal del negocio que debe funcionar como el mejor grupo de comerciales posible, recomendando platos, haciendo sugerencias, etc. Por ello es fundamental en el proceso de selección valorar las dotes comerciales y la orientación a la satisfacción del cliente de los candidatos.
- Recurrir al buzoneo, la inserción de publicidad en revistas de barrio y locales, Páginas Amarillas, se encuentra entre las mejores opciones.
- Recurrir a las promociones para activar los días de menos actividad (descuentos, sorteos, regalos por determinadas compras, etc.).

- Definir un nombre comercial y asignarle un logotipo que cumpla los objetivos tradicionales, esto es, que se recuerde fácilmente, que se asocie al producto o servicio, que se diferencie de la competencia y que guste.

Servirse de las nuevas tecnologías puede ser importante a medida que la actividad crezca. La creación de una página web, desde la que se presente el negocio, menús, lista de platos, contacto, consigue atraer a clientes que están en continuo uso de la red. Además, como se comentó anteriormente, esta sería una vía que les facilitaría a los clientes la solicitud de sus pedidos.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

El personal necesario para la puesta en marcha del negocio no es extenso, con un mínimo de cuatro personas (entre las que se encuentre el propio emprendedor) es suficiente. En un principio, el equipo estaría formado por el emprendedor, un ayudante de cocina y dos repartidores.

Como se mencionó anteriormente las cualidades personales y experiencia en la cocina de amas de casa, las hace candidatas ideales para llevar adelante la empresa. Pero contar con personal que ya conoce el sector de la hostelería, es importante por las ideas y experiencia que puede aportar.

Es imprescindible para la buena marcha del negocio que las tareas estén lo más estructuradas posible, cada trabajador debe tener perfectamente establecidas sus atribuciones. Éstas dependerán del puesto que se trate:

Emprendedor: Se encargará de la gestión del negocio. En este proyecto hemos considerado que el emprendedor es el cocinero. Además, se encargará, concretamente de las siguientes funciones:

- La compra o recepción de la materia prima, se debe:
 - Comprobar que efectivamente es lo que se pidió, en términos de calidad y cantidad, al proveedor.
 - Colocar la mercancía en el lugar adecuado para su buena conservación (despensa, frigorífico, o en la zona de trabajo inmediato).
- Control de elaboración de platos cocinados (cocina, freidoras y horno).
- Preparación de platos fríos.

Ayudante: Estará a tiempo completo. Asistirá al cocinero en la elaboración de la comida y será quien recoja los pedidos. En concreto, sus funciones podrán ser las siguientes:

- Atender las llamadas telefónicas.
- Crear y mantener una base de datos en la cual recoger los pedidos de cada cliente.
- Asistir al cocinero cuando éste lo requiera.
- Envasar las comidas para su traslado al domicilio de los clientes.

Repartidores: Estarán a tiempo parcial y su horario será muy flexible, pudiéndose compaginar con estudios. Sus funciones básicas serán:

- Reparto a domicilio en moto.
- Buzoneo en determinadas ocasiones.

Como en todo negocio, es imprescindible que una persona se encargue de la administración, contabilidad, etc. Es conveniente que esta persona sea el emprendedor. En el caso de que éste carezca de los conocimientos pertinentes se puede recurrir a la asesoría externa.

HORARIOS

Observando las empresas del sector, lo más conveniente es que el horario comprenda dos jornadas diarias, seis días a la semana. Cada trabajador tendrá un día de descanso.

5.2. Formación

El personal de cocina deberá tener los conocimientos necesarios para el desempeño de las actividades de elaboración de platos, ésta puede venir bien por la experiencia o por formación. En este sector las empresas conceden más importancia a la experiencia de los trabajadores que a la formación.

Actualmente existen múltiples ofertas en el ámbito formativo en Escuelas de Hostelería y en Centros de Formación Ocupacional.

El personal en este tipo de negocio debe poseer el carnet de manipulador de alimentos al estar en contacto directo con los alimentos durante su preparación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y servicio. Éste carnet se podrá obtener en una organización o entidad autorizada por la autoridad sanitaria competente, que serán los órganos de la Comunidad Autónoma y de la Administración local en el ámbito de sus competencias, según la normativa: Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos.

Es importante que el emprendedor tenga conocimientos en la gestión empresarial o en caso contrario, esté dispuesto a formarse o bien busque un buen asesor que le apoye en las tareas contables y administrativas. Además, los repartidores deberán estar en disposición del permiso necesario para conducir las motocicletas.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria 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

Respecto a la ubicación, al tratarse de un servicio de comidas a domicilio no presenta grandes condicionantes de ubicación, por lo que será posible su implantación en cualquier zona. Si bien se aconseja elegir una zona residencial de poder adquisitivo medio (para captar a familias y/o jóvenes), o bien escoger un local situado cerca de centros de estudio, oficinas, centros de trabajo, etc. para ofrecer el servicio a trabajadores o estudiantes.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

En este proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie de 50 m². Esta superficie deberá ser distribuida en zonas separadas:

- **Zona de atención al público:** Comprende el espacio del local destinado al servicio de los clientes que se desplacen por su propio pie a recoger la comida.
- **Zona de trabajo:** Esta zona se divide en el espacio que queda detrás del mostrador y otra zona reservada de la vista del público para la cocina, almacén y aseo del personal. Estas áreas deberán estar dotadas del material que se especifica más adelante.

Además de lo anterior, el local deberá disponer de licencia municipal de apertura y reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos necesarios para el acondicionamiento externo (rótulos, lunas, cierres, etc.) y el acondicionamiento interno (albañilería, fontanería, electricidad, pintura, etc.).

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 23.200,00 € (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. Elementos de transporte

Para comenzar, es necesario contar con un mínimo de dos motocicletas con las que los repartidores se desplacen para hacer llegar a los clientes la comida solicitada.

En este proyecto, consideraremos que se adquieren dos ciclomotores de 49 cc por 6.000,00 € (IVA incluido) aproximadamente según fuentes consultadas.

Una alternativa para que la inversión inicial no fuera muy elevada sería la de acudir al mercado de segunda mano.

6.3. Equipamiento

Se engloban aquí los distintos elementos necesarios para el desarrollo de la actividad:

- *Equipo de climatización:* Será necesario climatizar el local mediante un equipo de aire acondicionado y calefacción.
- *Equipamiento para la elaboración de los productos:* Fuegos, freidora, etc.
- *Mobiliario:* En este negocio consideramos que al ser el contacto con el cliente en el mismo punto de fabricación de la comida, no es necesaria una oficina, así que será suficiente con las vitrinas refrigeradas (que servirán también de mostrador) y las estanterías para colocar los productos.

Según expertos en el sector, el presupuesto final en concepto de equipamiento y mobiliario, incluido montaje, sería de 25.520,00 € (IVA incluido).

Lo más recomendable es adquirir la maquinaria imprescindible para el inicio y posteriormente, cuando el negocio se vaya consolidando, incorporar nuevos elementos que permitan una mayor eficiencia y un mayor volumen de producción.

Existe en este sector un mercado importante de segunda mano que permite adquirir alguno de estos elementos en perfecto estado y por un precio inferior que el de la maquinaria de primera mano. Aunque las fuentes consultadas no lo recomiendan ya que los proveedores del equipo suelen dar formación y asesoramiento fundamental para comenzar el negocio.

6.4. Utillaje

La compra de los utensilios y enseres básicos incluiría batería de cocina, moldes, bandejas, bolsas, envases, etc. necesarios para la actividad.

El coste aproximado por estos conceptos sería de 4.100,00 € (IVA incluido), según proveedores del sector.

6.5. Equipo informático

Es recomendable disponer de un equipo informático completo que incluya un software especializado.

El coste de este equipo informático es de, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

6.6. Stock inicial y Consumibles

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de materia prima necesaria para la preparación de la comida.

Según empresas especializadas en el sector, como freidurías, ventas de pollos asados, etc. la primera compra podría ser como mínimo de 2.320,00 € (IVA incluido), pero en este negocio el suministro diario es fundamental así que se debe ir controlando lo que se consume cada día para reponerlo.

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 Y PUESTA EN MARCHA

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 2.204,00 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros. Además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 1.300,00 € (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	754,00 €
Suministros	232,00 €
Sueldos	3.200,00 €
S.S.	561,00 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	174,00 €
Total Pagos en un mes	5.141,40 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	15.424,20 €

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	20.000,00 €	3.200,00 €	23.200,00 €
Equipamiento	22.000,00 €	3.520,00 €	25.520,00 €
Elementos de transporte	5.172,41 €	827,59 €	6.000,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Utillaje	3.534,48 €	565,52 €	4.100,00 €
Stock inicial y Consumibles	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	1.300,00 €	0,00 €	1.300,00 €
Fondo de maniobra	15.424,20 €	0,00 €	15.424,20 €
TOTAL	72.981,09 €	9.001,11 €	81.982,20 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes con los que se trabaja en este sector varían en gran medida de un negocio a otro en función de aspectos tales como el tipo de establecimiento, la ubicación y la competencia.

Según las recomendaciones del sector, el consumo debe ser como máximo el 30% de las ventas. Para realizar este estudio hemos utilizado un margen bruto, una vez descontados los deterioros y mermas, del 70% sobre la facturación.

7.2. Estructura de costes

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

- **Costes variables:**

El consumo mensual de materia prima se estima en un 30% del volumen de las ventas del mes. Éste estará constituido por la materia prima y por el consumo de combustible de las motocicletas.

- **Alquiler:**

Para este negocio se ha estimado un alquiler de 650,00 € mensuales. Hay que tener en cuenta que el precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local.

- **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 (material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 200,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

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

- **Gastos por servicios externos:**

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

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se incluyen los sueldos y salarios y la Seguridad Social que corre a cargo de la empresa. El personal será el que se indicó en el apartado de organización y recursos humanos.

El coste de la plantilla se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente	1.500,00 €	0,00 € (*)	1.500,00 €
1 ayudante de cocina	900,00 €	297,00 € (**)	1.197,00 €
2 Repartidores	800,00 €	264,00 € (***)	1.064,00 €
TOTAL	3.200,00	561,00	3.761,00

(*) Incluye cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

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

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

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (tributos y seguros, etc.). La cuantía estimada mensual será de 150,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	20.000,00	10 %	2.000,00
Equipamiento	22.000,00	20%	4.400,00
Elementos de transporte	5.172,41	20%	1.034,48
Equipo informático	1.650,00	25 %	412,50
Ustillaje	3.534,48	20%	706,90
TOTAL			8.553,88

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.900,00 €	33,3 %	633,33 €
TOTAL ANUAL			633,33 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** Vendrán dados por las mensualidades que paguen los usuarios.
- **Gastos:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un consumo del 30% de los ingresos) 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	2.400,00 €
Sueldos	38.400,00 €
S.S.	6.732,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otros gastos	1.800,00 €
Amortización del inmovilizado material	8.553,88 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33€
Total gastos fijos estimados	68.599,21 €
Margen bruto medio sobre ingresos	70%
Umbral de rentabilidad	97.998,87 €

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

Esto supondría una facturación anual de 97.998,87 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 8.166,57 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar este negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final 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	20.000,00 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	22.000,00 €	Fondos Ajenos	FA
Elem. de transporte	5.172,41 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Utilillaje	3.534,48 €		
Consumibles	2.000,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	1.300,00 €		
Tesorería (*)	15.424,20 €		
IVA soportado	9.001,10 €		
Total activo	81.982,20 €	Total pasivo	81.982,20 €

(*) Se consideran 15.424,20 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para la previsión de la cuenta de resultados se han estimado tres posibles volúmenes de ingresos:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	80.000,00	110.000,00	130.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 30%)	24.000,00	33.000,00	39.000,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	56.000,00	77.000,00	91.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	80.000,00	110.000,00	130.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	24.000,00	33.000,00	39.000,00
MARGEN BRUTO	56.000,00	77.000,00	91.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	7.800,00	7.800,00	7.800,00
Suministros, servicios y otros gastos	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + S.S.	45.132,00	45.132,00	45.132,00
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	8.553,88	8.553,88	8.553,88
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	68.599,21	68.599,21	68.599,21
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-12.599,21	8.400,79	22.400,79

(1) El coste de personal incluye el sueldo de los trabajadores y del gerente y los costes de Seguridad Social a cargo de la empresa por la contratación de dichos trabajadores.

(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.