

300 planes de negocio

**Plan de negocio
PARAFARMACIA**

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

En este proyecto se describe la creación de un establecimiento dedicado a la comercialización al por menor de productos relacionados con la salud, cuidado e higiene, así como dietética y nutrición que no necesitan receta médica para su venta.

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

En este sector existe cierta controversia respecto a su regulación puesto que no existe trámites específicos para su creación ni se exige una titulación para estar al frente del negocio. La única prohibición es la comercializar productos que tengan la categoría de medicamento.

La principal normativa del sector se recoge en:

- Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del medicamento (BOE 306/1990, de 22 diciembre 1990).

En España las plantas medicinales quedaron legisladas de forma general por la Ley 25/1990 del Medicamento, la cual hace referencia a los medicamentos de plantas medicinales en su artículo 42 y establecía un plazo para el desarrollo de este artículo. Dicho desarrollo debería fijar las condiciones de manipulación, almacenamiento, comercialización, prescripción y dispensación de plantas medicinales y sus preparados.

- 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).
- 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).

- Además, si el empresario piensa envasar plantas medicinales, necesitará un permiso de manipulación.

Por otra parte la actividad estará regulada por la normativa relativa 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 de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

1.2. Perfil del emprendedor

El perfil idóneo del emprendedor es el de una persona que le guste la vida sana, la medicina alternativa y conozca las propiedades curativas de las plantas o este dispuesto a aprenderlas. Además debe ser una persona afable, con buenas cualidades para el trato con los clientes, al basarse el negocio en la fidelización de la clientela.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

En las parafarmacias pueden venderse un amplio surtido de productos para la salud elaborados por los laboratorios farmacéuticos siempre que no estén catalogados como medicamentos. Estos productos representan alrededor del 70% de las ventas de las farmacias.

Además, pueden venderse productos dietéticos y productos para el cuidado corporal. Las plantas medicinales podrán venderse libremente al público, siempre que se ofrezcan sin referencia a propiedades terapéuticas, diagnósticas o preventivas, quedando prohibida su venta ambulante.

La gran aceptación que actualmente está teniendo este tipo de productos, hace que aparezcan multitud de franquicias en el sector, tanto de Parafarmacia como de herboristería. etc. e incluso grandes superficies disponen de zonas destinadas a "Parafarmacia".

2.2. La competencia

La escasa regulación de estas actividades provoca un gran intrusismo en el sector. Por este motivo existe un gran número de establecimientos en los que podemos encontrar este tipo de productos.

Así, en el análisis de la competencia, encontramos:

- Negocios de parafarmacia de similares características al negocio que se plantea en este proyecto.
- Las 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: infusiones, cápsulas, etc.

- Herboristería.
- Grandes superficies, que tienen una zona dedicada a este tipo de productos.

2.3. Clientes

Este tipo de establecimientos tienen como público objetivo, cada vez, un mayor número de colectivos:

- Sector infantil (alimentación, cuidados de la piel, higiene, etc.).
- Población con problemas de salud o con regímenes específicos.
- Población en general que precisa cuidar la salud (complementos nutricionales – vitaminas, polen, ginseng, etc.- herboristería, dermofarmacia, cosmética, etc.).

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Para gestionar de forma adecuada una parafarmacia es necesario conseguir la máxima satisfacción del consumidor con el servicio, para que depositen su confianza con el establecimiento y el profesional que está a su cargo.

El objetivo principal es lograr la fidelización de la clientela, que confíen en el personal y les agrade el trato que se les da. Para ello, se deberá tener en cuenta:

- Cuidar el surtido de los productos, según la edad media y las características de la población de la zona. Si es gente joven, disponer de gran variedad de cosmética natural, productos energéticos y alimentación infantil complementaria; pero si la edad es mayor, lo que más demandarán serán plantas medicinales, etc.
- Añadir en el propio establecimiento la consulta de un fisioterapeuta, médico homeópata, etc. con los que, según algunas consultas en el sector, se comparte la facturación al 50%.
- Elegir detenidamente a los proveedores, que permitan ofrecer una gama amplia de productos y de calidad. Puede ser una opción para iniciar el negocio, darse a conocer bajo el nombre de alguna enseña conocida, con lo que se abre el camino para comenzar en el negocio.
- Si el emprendedor tiene formación, una vez que esté asentado en el negocio, podría dedicarse a la fabricación propia de productos naturales, siempre cumpliendo con todas las normativas existentes al respecto.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Productos y desarrollo de las actividades

En las parafarmacias pueden venderse un amplio surtido de productos para la salud elaborados por los laboratorios farmacéuticos siempre que no estén catalogados como medicamentos.

El tipo de negocio que en este proyecto se define, precisa disponer de una amplia oferta y variedad de productos para que el cliente pueda encontrar lo que necesita.

Las líneas de negocio que usualmente vende una parafarmacia son las siguientes:

1. Nutrición e higiene infantil
2. Herboristería
3. Cosmética
4. Dietética
5. Dermofarmacia
6. Complementos nutricionales

Algunas parafarmacias incorporan servicios añadidos, como fisioterapia, homeopatía y naturología, etc. incorporando los servicios de un o más especialistas que vienen uno o más días a la semana.

Será necesario realizar un estudio previo de la zona, que permitirá determinar la media de edad y otras características de la población de la zona de influencia del negocio, lo cual permitirá conocer qué productos serán los más adecuados para configurar la oferta del establecimiento.

Es conveniente ir ampliando el surtido de forma gradual, a medida que el negocio va asentándose y se va 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

Es importante comparar precios y calidad, entre la multitud de proveedores que existen. Por otro lado, las compras en mayor volumen, permiten obtener descuentos.

Hay que tener en cuenta que este sector está muy marcado por las casas proveedoras de los productos, algunas incluso recomiendan un precio de venta al público. Ello condicionará la rentabilidad obtenida con la venta de los productos.

4.3. Comunicación

Al inicio de todo negocio, darse a conocer es una tarea de suma importancia. Existen distintas variables que pueden ayudar en esta tarea:

- 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 detalles como la decoración, escaparate, expositores, etc. que reflejen la imagen que se desea dar al negocio.
- Los propios productos que se exponen, son elementos que comunican al cliente lo que ofrece el establecimiento. Es importante prestarles atención, renovarlos.
- El personal, es fundamental que transmita profesionalidad, que el cliente aprecie que está siendo atendido por una persona experta que pueda asesorarle y resolver cualquier duda.
- 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.
- Publicidad: buzoneo, principalmente en la zona cercana al establecimiento; inserciones en periódico local, de barrio, Páginas Amarillas, 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.
- Pero el "boca a boca" es la publicidad más efectiva, gratuita. El cliente satisfecho con los productos que adquiere, el servicio que recibe, repetirá la compra y además se convierte en un comercial para el negocio.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Para iniciar el negocio, bastaría con una sola persona, pero en este proyecto se considera más adecuado que el emprendedor contrate a un empleado para poder ampliar la oferta horaria.

Así las tareas que se realizarán, básicamente serán:

- El gerente, se encargará de toda la gestión del negocio, comercial y contable – administrativa (en caso de no disponer de estos conocimientos, algunas de estas tareas pueden ser encargadas a una asesoría externa). Además, en las horas que no dedique a ello, atenderá al público en el punto de venta, y supervisará el trabajo del dependiente. En este proyecto se ha considerado que este puesto será el de la persona emprendedora para lo cual estará dada de alta en el régimen especial de autónomo de la Seguridad Social.
- Dependiente. Debe estar perfectamente preparado para atender a los clientes, tanto a los entendidos, como a aquellos que entren a asesorarse, pedir consejo.

HORARIOS

El horario de apertura suele ser similar a cualquier negocio, comercio minorista.

5.2. Formación

Aunque no se exige la titulación de licenciado en farmacia para estar al frente de una parafarmacia; si que es recomendable tener ciertos conocimientos sobre el sector y sobre todos los productos que se vendan en el establecimiento.

Existe una gran variedad de cursos para iniciarse en el sector, impartidos por escuelas privadas, centros públicos y asociaciones profesionales. Entre ellas, hay un módulo de Formación Profesional para técnicos especialistas en dietética y nutrición, muy aconsejable para las personas que desean montar un negocio de estas características.

También resulta interesante haber realizado algún curso de fitoterapia o curación a través de plantas medicinales.

En cualquier caso, profesionales del sector aconsejan que se tengan conocimientos básicos en anatomía, fisiología y patología, para conocer los productos y sus efectos en el cuerpo humano.

A parte, para llevar el negocio, se precisa formación genérica de gestión de un comercio. Los conocimientos básicos de gestión para la herboristería serían:

- Puesta en funcionamiento de un negocio.
- Saber llevar el negocio y su optimización.
- Informática básica de gestión.

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

A la hora de buscar el local es conveniente tener en cuenta que lo más idóneo, es ubicar la herboristería en una zona bastante transitada (calle comercial o zona residencial con bastante población).

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Según consultas en el sector, para el inicio de la actividad, bastará con un local de unos 50 o 60 m².

Son importantes unos escaparates, además de grandes, muy atractivos. Después, en el interior del comercio, hay que lograr la máxima racionalidad del espacio. Para ello, es conveniente dividir el local en dos zonas diferenciadas:

- Zona exposición y venta al público: Esta zona irá desde la puerta al mostrador, tras el que se encuentra la zona de almacén. Debe tener una buena iluminación y la tonalidad de la decoración debe ser cálida, para que el cliente se sienta a gusto.
- Zona de almacén. En esta zona se mantiene un pequeño stock de aquellos productos de mayor rotación.

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 diseño y la decoración son claves para atraer a los potenciales clientes. El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad reparando a su vez en cuidar detalles estéticos que transmitan sensación de bienestar, limpieza y naturalidad.

Todo los elementos del establecimiento deben permitir que los artículos, productos, queden expuestos de forma ordenada y que se aprecie la variedad que se ofrece.

El mobiliario básico estará compuesto por:

- Mostrador
- Elementos del escaparate
- Muebles expositores de madera
- Estanterías

El coste por estos elemento puede rondar los 3.480 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales.

6.3. Equipamiento

Además del mobiliario y decoración, para el negocio es conveniente adquirir:

- Frigorífico para conservación de algunos productos.
- Peso para productos que se vendan a granel
- Báscula para personas y báscula para bebés.

El coste por estos elemento se ha estimado en 3.596 € (IVA incluido).

6.4. 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	18.000 €	2.880 €	20.880 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600 €	96 €	696 €
TOTAL	18.600 €	2.976 €	21.576 €

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.

6.5. 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.

6.6. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

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

GASTOS DE CONSTITUCIÓN 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).

6.7. 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	CUANTÍA
Alquiler	600 €
Suministros	120 €
Sueldos	1.600 €
S.S. (Autónomo + trabajador)	444 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	90 €
Total Pagos en un mes	3.004 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	9.012 €

6.8. 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	3.000 €	480 €	3.480 €
Equipamiento	3.100 €	496 €	3.596 €
Stock inicial y materiales	18.600 €	2.976 €	21.576 €
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	9.012 €	0 €	9.012 €
TOTAL	50.165 €	6.392 €	56.557 €

7. MÁRGENES Y ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Según consultas realizadas en el sector, el margen sobre ventas que dejan los productos varía dependiendo del tipo de productos oscilando por término medio entre el 20% y el 50% sobre el precio de venta en función del producto que se trate.

Para realizar el estudio se ha empleado un margen medio del 35% sobre el precio de venta que equivale a un margen del 53,85% 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 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 60 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local, para el estudio se ha estimado un precio de 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 120 € 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:**

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:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	900 €	225 € (*)	1.125 €
Trabajador	700 €	219 € (**)	919 €
TOTAL	1.600 €	444 €	2.044 €

(*) 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.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 1.080 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 90 €.

- **Amortizaciones:**

La amortización anual del inmovilizado material sería la que representa el siguiente cuadro:

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	3.000 €	20 %	600 €
Equipamiento	3.100 €	20 %	620 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
TOTAL ANUAL			2.790 €

(*) 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 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	CUNTÍA
Alquiler	7.200 €
Suministros	1.440 €
Sueldos	19.200 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajador)	5.328 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	1.080 €
Amortización del inmovilizado material	2.790 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	39.238 €
Margen bruto medio sobre ventas	35%
Umbral de rentabilidad	112.109 €

Esto supondría una facturación anual de 112.109 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 9.342 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar la parafarmacia, existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el proyecto.

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
Equipamiento	3.100 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	3.000 €		
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	1.200 €		
Mercancía y materiales	18.600 €		
Tesorería (*)	9.012 €		
IVA soportado	6.392 €		
Total activo	56.557 €	Total pasivo	56.557 €

(*) Se consideran 9.012 € 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	130.000	160.000
Coste de las ventas (Ventas x 65%)	65.000	84.500	104.000
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	35.000	45.500	56.000

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	100.000	130.000	160.000
COSTE DE LAS VENTAS	65.000	84.500	104.000
MARGEN BRUTO	35.000	45.500	56.000
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	7.200	7.200	7.200
Suministros, servicios y otros gastos	1.440	1.440	1.440
Otros gastos	1.080	1.080	1.080
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	24.528	24.528	24.528
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.790	2.790	2.790
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	39.238	39.238	39.238
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 4.238	6.297	16.797

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la cuota de autónomo y 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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.