

300 planes de negocio

**Plan de negocio
SALA DE INTERNET**

Sector de Nuevas Tecnologías

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

El negocio a estudiar es una sala dónde se oferta servicio de acceso a Internet. Estas salas son denominadas suministradores de acceso a Internet, debido a que ofrecen un servicio especializado en la oferta de acceso a la red.

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

Estos centros han de cumplir determinadas condiciones medioambientales. En el ambiente de los centros predominan el calor provocado por los equipos informáticos y las maquinarias de impresión, por ello se exigen instalaciones con una ventilación mínima.

Una completa recopilación legislativa sobre Internet y Telecomunicaciones puede encontrarse en la página web de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico. Redacción Definitiva. Junio 2002.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Anteproyecto de ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Redacción. 27 Noviembre 2001. Informe del Consejo General del Poder Judicial.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Anteproyecto de ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Cuarta redacción. 9 Noviembre 2001.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Anteproyecto de ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Tercera redacción. 30 abril 2001.

- **Asociación de Usuarios de Internet**

Anteproyecto de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Segunda redacción. 8 Junio 2000.

- **Asociación de Usuarios de Internet**

Propuestas de modificación del Anteproyecto de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

- **Ministerio de Fomento**

Anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico. 16 marzo de 2000.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el reglamento de contratación electrónica con condiciones generales.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Ley de Tratamientos de Datos (LORTAD).

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Regulación del sistema de asignación de dominios.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Ley orgánica de protección de datos de carácter personal

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento que establece las condiciones para el acceso al bucle de abonado de la red pública telefónica fija de los operadores dominantes.

- **Ministerio de Presidencia**

Orden por la que se aprueban las condiciones particulares de contratación de los programas de tarifas para el servicio telefónico metropolitano y de la nueva tarifa plana para acceso a Internet establecidos en el artículo 4 del Real Decreto-ley 712000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes en el Sector de las Telecomunicaciones. 31 de octubre de 2000.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Resolución por la que se atribuye un rango de numeración específico al servicio de acceso a Internet. 31 de octubre de 2000.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Real Decreto-Ley 7/2000 de Medidas Urgentes en el Sector de las Telecomunicaciones. Texto íntegro del RDL que establece los plazos para la liberalización del bucle de abonado e introduce una tarifa plana en horario reducido. 23 de Junio de 2000.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Real Decreto-Ley 14/1999, de 17 de septiembre, sobre firma electrónica.

- **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Normas de aplicación del sistema de facturación telemática (Orden ministerial 7157/1996).

1.2. Perfil del emprendedor

El proyecto está especialmente indicado para **personas** que posean conocimientos prácticos de Internet y en informática, no siendo necesaria la titulación académica. Es importante que sea una persona de carácter extrovertido debido a que la naturaleza del negocio conlleva mantener una relación personal con los clientes.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

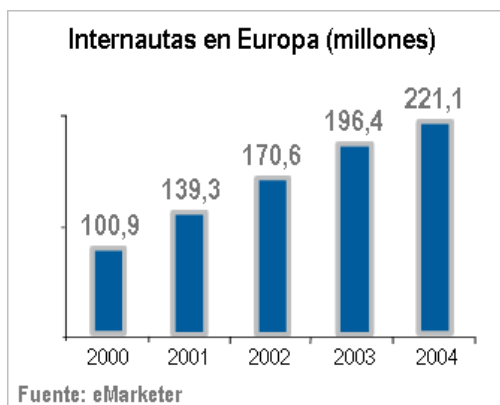
2.1. El sector

En líneas generales, el sector de la informática es un sector que evoluciona de manera creciente si bien, en los últimos años, este crecimiento se ha desacelerado.

Este es un sector importante en la economía, tanto a nivel de Unión Europea como a nivel nacional, habiéndose constituido como uno de los principales motores de desarrollo económico y de creación de puestos de trabajo.

Un hecho evidente es que las empresas se muestran cada vez más receptivas a la adquisición y empleo de las tecnologías de la información. Así, prácticamente la totalidad de las empresas disponen de equipos informáticos y cada vez es mayor el número de empresas con conexión a internet. También ha crecido la actividad de prestación de servicios informáticos, cuyo crecimiento obedece en parte al desarrollo de aplicaciones vinculadas a Internet.

Respecto a los usuarios de internet, más de 16 millones de hogares europeos acceden a la Red. El crecimiento de usuarios en Europa está siendo impulsado por el desarrollo de las infraestructuras de banda ancha.



El mercado de Internet es imparable, cada vez el número de usuarios que se conectan en algún momento del día va en aumento.

Alrededor del 35% de los usuarios de internet acceden desde otros lugares diferentes al hogar, como son el centro de trabajo, centro de estudios, casas de familiares o amigos, cibercafés, centros públicos, etc

En España, los cibercafés o salas de internet, han experimentado un gran auge desde la apertura del primer negocio de este tipo alrededor de 1995. Si bien, el rápido crecimiento de estos centros ha disminuido debido al aumento de las conexiones desde los hogares y puestos de trabajo.

A pesar de ello, aún existen muchas personas que acuden a estos centros por diferentes motivos: turistas que acuden a consultar en la red y comunicarse con sus países de origen, personas que no están familiarizadas con internet y desean un primer acercamiento a la red, aquellos que acuden por no disponer en casa de determinados dispositivos (grabadoras, scanner, impresoras láser, etc.), usuarios de juegos en red, etc.

2.2. La competencia

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

- Empresas de similares características a la que se propone en este proyecto: cibercafés y salas de internet, combinadas o no con otro tipo de negocios (con cafetería, papelería, locutorio, etc.
- Otros tipos de acceso a la red: mediante conexión en los hogares, a través del trabajo, centro de estudios, etc.

Como se observa de la información recopilada en el estudio del sector, la competencia más directa se deriva de la posibilidad que tienen los usuarios de acceder a la red a través de sus propios domicilios, del trabajo, etc.

En Andalucía la oferta que prestan los centros de estudios y las administraciones públicas es escasa, está masificada y ofrecen un servicio precario y lento. Gracias a estas observaciones y, teniendo en cuenta que un porcentaje muy elevado de la población andaluza no posee un equipo adecuado en sus hogares para un acceso efectivo a la red, se puede reflexionar sobre la existencia de una población potencial a la que se

puede acceder, ofreciendo un servicio competitivo y efectivo. Si bien, es necesario tener presente que cada vez la tendencia es la de aumentar el número de personas que adquiere mejores equipos y, con ello, tener posibilidades de acceder a la red. Por este motivo, es necesario plantear líneas estratégicas que tengan en cuenta estas cuestiones y que intenten asegurar el éxito en el futuro.

2.3. Clientes

El público objetivo de una sala de Internet es muy amplio.

Por edades, en España los universitarios constituyen el colectivo más importante entre los usuarios de Internet. Por otra parte, la gran mayoría de los internautas españoles tiene entre 15 y 34 años.

Para establecer la correcta clasificación de los clientes es importante conocer el comportamiento que están teniendo los diferentes públicos objetivos en el sector:

▪ **Adolescentes:**

Grupo de jóvenes de edades comprendidas entre 13 y 19 años de edad, que no tienen el equipo necesario en su hogar para acceder a la red, o que prefieren acudir a salas de Internet para conectarse debido al menor coste, y a la posibilidad de trabajar en equipo o jugar en red con más compañeros.

El sector de juegos online en Europa está mostrando unos niveles de crecimiento extraordinarios.

▪ **Jóvenes:**

Según los estudios realizados, en España los universitarios constituyen el colectivo más importante entre los usuarios de Internet. Este colectivo utiliza la conexión con internet para realizar todas sus actividades relacionadas con su condición de estudiantes como por ocio.

Un gran número de esta población suelen estudiar fuera de la residencia de sus padres, o bien son estudiantes extranjeros, su situación les impide poseer material

informático en sus hogares, teniendo que acudir a los centros de estudios o salir fuera para encontrar los servicios de conexión a Internet.

▪ **Mayores de 24 años:**

Comprenden el resto de público objetivo: desde trabajadores, que no tienen permitido el uso con fines privados de Internet en el trabajo, hasta jubilados que están experimentando contactos con las nuevas tecnologías.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Como se ha analizado en el punto anterior, la competencia más directa de las salas de Internet la encontramos en la posibilidad de acceder a la red en los propios hogares de los clientes y las ofertas de las administraciones públicas. Para poder competir se han de establecer unas líneas estratégicas de actuación claramente definidas y que sean capaces de abarcar la mayor cuota de mercado posible:

1. Ofrecer un servicio de calidad y rapidez:

- Para conseguir atraer al mayor público objetivo, se debe ser capaz de ofrecer un mejor servicio que los demás, para ello se pueden dotar las instalaciones de equipos informáticos de nueva generación, adaptándolos de forma que se pueda ir incorporándoles todos los elementos innovadores que vayan surgiendo en el mercado para evitar su obsolescencia. Para no caer en este riesgo, se puede establecer una estrategia de adquisición de material informático mediante renting, con empresas especializadas.
- Uno de los requisitos más demandados por los clientes es la velocidad del servicio, por ello se debe incorporar el sistema de navegación más rápido y eficaz.
- Las instalaciones deben crear un ambiente cálido, agradable y permitir la intimidad entre los navegantes. Para ello el inmobiliario será adecuado para cuidar de la comodidad de los clientes y el local tendrá unos requisitos mínimos, de luz natural, espacio, color de las paredes ect. No se debe perder la perspectiva de que la mayoría de los clientes van a ser jóvenes, creando un ambiente medianamente informal.

2. Ofrecer una franja horaria lo más amplia posible.

Para conseguir la diferenciación de la competencia, es importante ofrecer un servicio que abarque una franja horaria lo más amplia posible. Con ello se consigue atraer a un grupo más amplio de clientes, por ejemplo, a los estudiantes que preparan trabajos hasta tarde, a los jóvenes que dedican su ocio nocturno a jugar en la red,....

3. Ampliar la oferta del local.

- Poner la mayor cantidad posible de medios a los usuarios para el desarrollo de sus actividades, así pues, se debe ofrecer la posibilidad de imprimir trabajos, bajarse música de internet y grabarla, envío de fax, jugar en red con los demás clientes....
- Permitir el consumo de bebidas, aperitivos y golosinas. Estos tipos de productos se pueden vender en el local, la mayoría de ellos a través de máquinas expendedoras.
- Se puede plantear la posibilidad de efectuar cursos en el establecimiento para los clientes, estos cursos serían de unas horas muy reducidas, impartidos por los propios trabajadores del local y de forma gratuita, con esto se conseguiría llamar la atención de nuevos clientes.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

En el local se ofrece un servicio principal que refleja la actividad del negocio, que es el acceso a Internet a través de los ordenadores adecuados y un servicio opcional que busca la diferenciación.

Dentro de estos servicios básicos se encuentran:

- Servicios de información y entretenimiento a través de la navegación por la red.
- Servicios de comunicación: permiten la comunicación entre los usuarios mediante el envío de mensajes instantáneos, emails, envío de ficheros, chat, etc.
- Almacenamiento de datos: se pueden guardar los datos mediante discos virtuales, pasarlos a Cd o DVD, etc.
- Servicios de juegos en red.
- Servicios de voz y videoconferencia.

También se observa la posibilidad de ofrecer servicios complementarios como son:

- Cursos reducidos sobre el manejo de la red.
- Venta de aperitivos, golosinas y bebidas mediante máquinas expendedoras.
- Unir los servicios a un negocio complementario como cafetería, locutorio...
- Etc.

La intención de las empresas del sector debe dirigirse a la incorporación de nuevas tecnologías y a la ampliación de la oferta de productos y servicios para poder aumentar el volumen de negocio. Así, una vez que el negocio se asiente y consiga una cartera de clientes más o menos fija, se deberá incrementar en la medida de lo posible los servicios que se ofrecen en respuesta a las nuevas demandas de los clientes.

4.2. Precios

Las tarifas por conectarse a Internet (actividad principal del local) pueden oscilar entre 1,5 euros hasta 3 tres euros la hora de conexión. En este sentido, funciona el libre mercado, razón que ha contribuido a que en los últimos años la hora de conexión bajara de 3 a 2 euros, la media actual. Los precios relacionados con otras actividades como impresión de trabajos, consumición de alimentos, se definirán según mercado.

Se va a establecer para el comienzo de la actividad un precio de 1,50 € la hora de conexión.

4.3. Comunicación

Antes del comienzo de la actividad se debe de poner en marcha una campaña de promoción, intentando captar el mayor número de clientes que aseguren el buen inicio del negocio.

Teniendo en cuenta el sector poblacional se debe centrar la publicidad en prensa, prensa de difusión gratuita (gaceta universitaria), folletos y carteles en centros escolares, universidades, bares de la zona.

No se debe descartar el buzoneo o mailing.

Crear una página Web es una opción válida debido al servicio que ofrece, se establecería como página de inicio en los ordenadores.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

El local estará atendido como mínimo por dos personas en horas de mayor afluencia y por una persona en el resto de la jornada.

El gerente se encargará de la gestión del negocio y de la atención a los clientes. La actividad principal del resto del personal es la prestación del servicio de asesoramiento a los clientes conectados en red, así como la vigilancia y mantenimiento de que los equipos funcionen correctamente.

Queda dentro de las responsabilidades de los empleados del local el cobro de los servicios consumidos por el cliente.

La venta de alimentos la hemos contemplado mediante la utilización de máquinas expendedoras y autoservicio, por lo tanto no necesitamos que haya una persona dedicada a la atención de este servicio.

HORARIOS

Se establecen jornadas de 8 horas de trabajo, con dos días de descanso que no coincidirán con los fines de semana para poder atender en estos días una mayor afluencia de público. No obstante los horarios se adaptarán a las necesidades de la clientela.

5.2. Formación

No es necesario un nivel de formación específico siendo suficiente con conocimientos de informática y un hábil manejo de navegación por la red.

Si existieran graves problemas técnicos se contactaría lo más rápido posible con especialistas del sector contratando a alguna empresa el servicio de mantenimiento de los equipos.

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

La ubicación se deberá de realizar en zonas de mucho tránsito o de alta concentración poblacional, preferentemente cerca de centros de estudios (colegios, institutos y universidades), oficinas, centros de ocio, etc.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

En este estudio se establece una dimensión de unos 100 m² para la instalación de 30 equipos con conexión a Internet. El local también va a comprender 2 aseos, un pequeño despacho y un mostrador para atender a los clientes.

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.

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.

El conjunto de estos conceptos puede rondar los 22.500 € (Iva incluido) a lo que habrá que sumar el desembolso por las instalaciones eléctricas que, según presupuesto

asciende a 19.906 € (IVA incluido) y el acondicionamiento de un vidrio de seguridad por unos 4.500 € (IVA incluido).

Por tanto el importe total del coste de acondicionamiento sería de 46.906 € (IVA incluido), aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Mobiliario y decoración

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad en la distribución del mobiliario reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan apariencia que queremos para el negocio.

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

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
30 MESAS SOPORTE DE ORDENADORES MOD CIBER- PRO	3.879	621	4.500
30 SILLAS PARA LAS MESAS DE ORDENADORES	776	124	900
MOSTRADOR	207	33	240
ESTANTERIA TRIPLE Y BANCO DE TRABAJO	776	124	900
TABURETE GIRATORIO	78	12	90
CONJUNTO DE ESTANTERIAS	1.293	207	1.500
MOBILIARIO DESPACHO	737	118	855
VITRINAS EXPOSITORES ACRISTALADAS	600	96	696
TOTAL PRESUPUESTO	8.346	1.335	9.681

6.3. Equipamiento para las comunicaciones y equipos informáticos

El equipamiento necesario para la puesta en marcha de la sala de Internet, estará compuesto por:

- **Equipo de aire acondicionado e instalación de salidas de humo.** El coste por estos conceptos ronda los 7.800 €.
- **El resto del equipamiento necesario para la puesta en marcha de la sala** de Internet, está compuesto principalmente por los equipos informáticos y las instalaciones de software.

Según el estudio realizado para ofrecer 30 puestos de acceso a Internet, se necesitan 30 equipos completos, un Servidor Internet Linux y TPV optimo xp que consiste en el equipo necesario para realizar el control de horas conectadas de los usuarios y cobrar los importes correspondientes.

Según la legislación vigente para poder ofrecer la opción de jugar en salas de Internet, y por conexión a red, se debe de comprar los juegos originales obteniendo las licencias necesarias.

El importe estos conceptos se refleja en el cuadro siguiente.

CONCEPTO	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
SERVIDOR INTERNET Linux	776	124	900
TPV OPTIMO XP	1.617	259	1.876
30 EQUIPOS COMPLETOS	18.103	945	21.000
PAQUETE JUEGOS	517	83	600
CONFIGURACIÓN E INSTALACIÓN DE JUEGOS	155	25	180
CONFIGURACIÓN E INSTALACIÓN DE RED	2.066	331	2.397
SUMA PRESUPUESTO	23.235	3.718	26.953

- Se considera conveniente incluir en el local **una máquina expendedora.** El coste de la misma se estima en 4.500 € (IVA incluido).

En total, el equipamiento necesario para la puesta en marcha del negocio se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTO	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
Equipos de aire acondicionado y salida de humos	6.724	1.076	7.800
Equipos e instalaciones	23.235	3.718	26.953
Máquina expendedora	3.879	621	4.500
SUMA PRESUPUESTO	33.838	5.415	39.253

6.5. Adquisición del stock inicial

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de mercancía para la venta para llenar la máquina expendedora. También será necesario adquirir material de papelería y algunos productos básicos como CDs, disquetes, etc.

Una vez realizada la primera compra, se irán reponiendo las cantidades consumidas.

El coste por estos conceptos se estima en 696 € (IVA incluido).

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 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 2.000 € (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	1.000 €
Suministros	125 €
Sueldo	2.500 €
Cuota Autónomo + S.S. a cargo de la empresa	663 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	250 €
Total Pagos en un mes	4.688 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	14.064 €

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	40.436 €	6.470 €	46.906 €
Mobiliario y decoración	8.346 €	1.335 €	9.681 €
Equipamiento	33.838 €	5.415 €	39.253 €
Stock inicial	600 €	96 €	696 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	2.000 €	0 €	2.000 €
Fondo de maniobra	14.064 €	0 €	14.064 €
TOTAL	100.484€	13.508 €	113.992 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Las posibilidades de iniciarse en esta actividad pueden variar, sobre todo, en el conjunto de servicios que se ofrezcan. Ello va a influir en los márgenes medios de la empresa.

Para realizar este estudio hemos considerado, que los ingresos estarán formados en un 30% por la venta de artículos (productos de las máquinas expendedoras, CDs para grabar...) y un 70% por las conexiones a internet. Los márgenes se han estimado en:

- Conexión a internet: El margen bruto sería del 100% de los ingresos obtenidos por estos servicios.
- Venta de productos: Según estimaciones del sector, para los productos que se venden en un establecimiento de este tipo, el margen medio suele ser del 60% sobre las ventas.

El margen medio global será del modo siguiente:

DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO	REPARTO VENTAS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Horas de conexión	70%	100%	70%
Venta de productos	30%	60%	18%
MARGEN MEDIO SOBRE INGRESOS			88%

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 12% del volumen de los ingresos del mes, este consumo es equivalente al margen del 88% sobre las ventas.

▪ **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 100 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 1.000 €.

▪ **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, conexión a internet... 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:**

El gasto de personal estará compuesto por:

- El gerente. Sería conveniente que el gerente fuera el propio emprendedor que además de encargarse de tareas administrativas y comerciales, atenderá el negocio.
- Además se incluirá un sueldo por cada uno de los empleados de atención al cliente.
- Queda la posibilidad de contratar a más personal a tiempo parcial en momentos de alto volumen de clientes.

Este coste 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
Gerente (emprendedor autónomo)	1.100 €	225 € (*)	1.325 €
2 Dependientes	1.400 €	438 € (**)	1.838 €
TOTAL	2.500 €	663 €	3.163 €

(*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por los dos empleados en Régimen General contratados a tiempo completo.

▪ Otros gastos:

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores como reparaciones de los equipos, seguros, tributos... La cuantía estimada anual será de 3.000 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 250 €.

▪ Amortización:

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	40.436 €	10 %	4.044 €
Mobiliario y decoración	8.346 €	20 %	1.669 €
Equipamiento	33.838 €	20 %	6.768 €
TOTAL ANUAL			12.481 €

(*) 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 12% 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	12.000 €
Suministros	1.500 €
Sueldos	30.000 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajadores)	7.956 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	3.000 €
Amortización del inmovilizado material	12.481 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	69.137 €
Margen bruto medio sobre ventas	88%
Umbral de rentabilidad	78.565 €

Esto supondría una facturación anual de 78.565 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 6.547 euros.

Dado que hemos supuesto que los ingresos se componen de un 70% de conexiones, cuyo precio es de 2 € por hora) y un 30% de la venta de productos, esto podría alcanzarse con la suma de:

- 4.583 € al mes por conexiones equivalente a 2.291,5 horas de conexión al mes.
- 1.964 € al mes originados por la venta de productos.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar este negocio 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	40.436 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	8.346 €	Fondos Ajenos	FA
Equipamiento	33.838 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	2.000 €		
Mercancía y materiales	600 €		
Tesorería (*)	14.064 €		
IVA soportado	13.508 €		
Total activo	113.992 €	Total pasivo	113.992 €

(*) Se consideran 14.064 € 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
Ingresos	70.000	90.000	110.000
Costes variables (Ventas x 12%)	8.400	10.800	13.200
Margen bruto (Ingresos – Costes variables)	61.600	79.200	96.800

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	70.000	90.000	110.000
COSTES VARIABLES	8.400	10.800	13.200
MARGEN BRUTO	61.600	79.200	96.800
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	12.000	12.000	12.000
Suministros, servicios y otros gastos	1.500	1.500	1.500
Otros gastos	3.000	3.000	3.000
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	37.956	37.956	37.956
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	12.481	12.481	12.481
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	69.137	69.137	69.137
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 7.537	10.063	27.663

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de dos trabajadores 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.