

300 planes de negocio

Plan de negocio
SALÓN DE CELEBRACIONES

Sector de Hostelería, Restauración y Turismo

Datos de 2006



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 materializado en un local destinado a la organización de celebraciones, siendo el propio negocio el que prepara la comida que se sirve en dichas celebraciones.

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.

1. Licencia municipal de funcionamiento:

Para que la concedan es necesaria una certificación de un técnico que acredite que la adaptación del local se ha realizado bajo su dirección y conforme a la normativa.

Además se debe de contratar un seguro que cubra los riesgos de incendio y de responsabilidad civil frente a terceros, un plan de revisiones periódicas para los equipos de protección contra incendios y un plan de emergencia. Todo ello con una ficha técnica donde se especifiquen sus características.

2. Licencias de actividades e instalaciones:

Como se ha señalado anteriormente, para poder 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.

Es necesario presentar una hoja en la que se especifiquen las características de las actividades e instalaciones, una relación de los propietarios y vecinos afectados y una memoria con la descripción de la actividad, del local, de las condiciones de instalación e higiene, etc. Además deberá adjuntar los planos de situación parcelaria del local y de la distribución del mismo (indicando los accesos, escaleras, alumbrados especiales, salidas previstas para la evacuación de humos, etc.) y el presupuesto de las instalaciones y maquinaria necesaria.

3. Normativa que debe observarse:

- Decreto 262/1988, de 2 de Agosto, Libro de sugerencias y reclamaciones de la Junta de Andalucía (BOJA de 17 de Septiembre).
- Orden de 17 de marzo de 1965, por el que se aprueba la Ordenación turística de restaurantes (BOE de 29 de marzo).
- 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.
- Ordenanza Municipal de Actividades (Boletín Oficial de la Provincia).
- Ley 7/1994, de 18 de mayo, de Protección Ambiental (BOJA nº 79/31-05-94).
- Decreto 297/1995 de 19 de Diciembre: Reglamento de Calificación Ambiental (BOJA nº 3/11-01-96)
- 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 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases (según Directiva 94/62/CE).
- Real Decreto 2207/1995, de 28 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios.
- Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos.

- Decreto 326/2003, de 25 de noviembre, por el que se aprueba el reglamento de protección contra la contaminación acústica (BOJA nº 243/18-12-03).
- Ley antitabaco, que comprende:
 - Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.
 - Resolución de 28 de diciembre de 2005 por la que se dictan instrucciones en relación con la aplicación, en los centros de trabajo de la Administración General del Estado y de los Organismos Públicos dependientes o vinculados, de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre.
 - Real Decreto-Ley 2/2006, de 10 de febrero, por el que se modifican los tipos impositivos del Impuesto sobre las Labores del Tabaco, se establece un margen transitorio complementario para los expendedores de tabaco y timbre y se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.
- Normativas municipales específicas.

Además, para el caso de que el salón de celebraciones ofrezca servicio de catering existe una documentación específica:

- Solicitud de Registro de Industrias y Productos Alimentarios
- Será conveniente que un laboratorio homologado controle la calidad alimentaria, según el Real Decreto del Ministerio de Economía y Hacienda, sobre Ordenación del Comercio Minorista con un "Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos" (ARYCPC)

Otra Normativa aplicable:

- Orden 21 febrero de 1977, sobre normas higiénico-sanitarias para la instalación y funcionamiento de industrias dedicadas a la preparación y distribución de comidas para consumo en colectividades y medios de transporte.

- Real Decreto 168/1985, de 6 de febrero, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria sobre condiciones generales de almacenamiento frigorífico de alimentos.
- Real Decreto 706/1986, 7 de marzo, por el que se aprueba la reglamentación higiénico-sanitaria sobre condiciones generales de almacenamiento de alimentos.
- Real Decreto 2483/1986 de 14 de noviembre, que apruebe la reglamentación técnico-sanitaria sobre condiciones generales de transporte terrestre de alimentos a temperatura regulada.
- Orden de 17 de marzo de 1988, que modifica la Orden de Presidencia del Gobierno de 21 de junio de 1983 sobre características de envases de conservas vegetales, zumos y derivados y platos preparados (cocinados) esterilizados.
- Real Decreto 1138/90 de 14 de septiembre (B.O.E. 20-9-90 y 24-11-90) del agua que se abastece.
- Real Decreto 3484/2000, de 29 de Diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas. (BOE nº 11, de 12 de Enero de 2001).

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, si es que pertenece a alguna, consienta 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 cocina que deberá poseer formación o experiencia en la elaboración de productos.

Se trata de una oportunidad de negocio idónea para aquellos emprendedores que tengan experiencia en el sector de la restauración, posean ciertos conocimientos en la organización de celebraciones, elaboración de comidas o bien estén dispuestos a adquirirla.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El negocio objeto de estudio es un servicio que se engloba dentro del sector de la hostelería y la restauración. En España, este sector está formado por alrededor de 66.000 restaurantes, 14.000 cafeterías y 240.000 bares, según datos de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) correspondientes a 2004. Además, en este periodo se registró un incremento del 3% frente al año anterior.

Los precios y los costes de producción han seguido una evolución ascendente, según la «Encuesta de Coyuntura». Entre los factores que más han contribuido a elevar los gastos de las empresas del sector están las subidas salariales y el aumento de los precios de las materias primas.

Respecto al sector de los restaurantes, hay que señalar que es un sector en continuo crecimiento aunque en el último año (2004) el crecimiento se redujo al 2% frente porcentajes superiores registrados desde 1990.

De datos extraídos de un informe del Instituto Andaluz de Estadística (IEA) de 2001 sobre el desglose de la cifra de negocios por servicios prestados según tipo de actividad, se puede observar que el salón de celebraciones representa un pequeño porcentaje del sector de la restauración, concretamente un 1,58%. Esto nos indica que aún hoy en día la competencia es algo débil. De hecho, el negocio objeto de estudio no es un servicio ofrecido por un restaurante sino que constituye una actividad en sí sola, es decir, es la actividad principal del negocio.

Además, nos encontramos ante un sector actualmente en crecimiento. Claro ejemplo de esta afirmación es que cualquier empresa a la hora de presentar un nuevo producto o un proyecto a sus clientes, organiza un desayuno, almuerzo o cena para agasajar a sus invitados y cada vez es más habitual celebrar "a lo grande" las bodas, los bautizos y las comuniones como un símbolo de posición social.

2.2. La competencia

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

- *Otros salones de celebraciones.* Empresas dedicadas al mismo negocio que el nuestro. Es la competencia directa de nuestro local, sobre todo aquellas que están ubicadas en la misma zona de influencia y aquellas que se dirigen al mismo segmento de mercado aunque estén en otra ubicación.
- *Restaurantes.* Muchos restaurantes incluyen un salón para celebraciones como servicio complementario a los demás servicios (cafetería, catering, etc.).
- *Hoteles.* Los hoteles de cierta envergadura suelen tener salones y restaurante que ofrece comidas de empresa, celebración de fiestas, etc.
- *Servicios de catering.* Más que un competidor supone un producto sustitutivo del nuestro pues, en ciertos casos, el cliente dispone de instalaciones donde organizar la celebración (bien porque sea suyo o porque lo encuentre más económico) y entonces lo único que necesita es contratar un servicio de catering.
- *Organización de eventos:* Las empresas de organización de eventos también pueden suponer un potencial competidor principalmente en el terreno de las celebraciones de empresa, segmento de actividad muy rentable. Estas empresas, a su vez, podrían llegar a ser clientes pues necesitarán un local para la realización de estas instalaciones.

2.3. Clientes.

Este tipo de servicio puede ofrecerse a una multitud de clientes distintos, ahora bien, todo depende del volumen de negocio que el emprendedor desee abarcar. Este estudio se basará en el supuesto de un inicio modesto, pero consciente de las múltiples oportunidades de crecimiento que se tienen.

Es interesante tener en cuenta dos consideraciones:

- El cliente busca calidad, a nivel culinario y en todo lo que lleve implícito la puesta en escena del servicio requerido así como las instalaciones en las que se desarrollan las celebraciones. La relación calidad / precio debe ser cuidada.
- Un volumen importante de negocio vendrá de los particulares que deseen celebrar cualquier evento, a los que ofreceremos distintos menús, precios y ubicaciones para adaptarnos al máximo a sus posibilidades, ya que en este sector el cliente demanda un servicio personalizado.

Entre los clientes pueden estar:

- **Particulares** que quieran celebrar eventos sociales tales como bodas, comuniones, bautizos, etc.
- **Grupos** de amigos para celebrar un evento, asociaciones de ocio, fundaciones, etc.
- **Empresas** que quieran organizar reuniones, celebrar comidas de empresa, etc.

Es muy importante determinar a qué tipo de clientes queremos dirigirnos ya que esta elección va a influir en todos los aspectos del negocio: en el tipo de oferta, en los precios, en la decoración... Aunque hay que tener en cuenta que, habitualmente, este tipo de negocios trata de dirigirse a diferentes tipos de público, tratando de dirigirse al mayor número de personas posible.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La demanda de este servicio de restauración se centra en un buen servicio de comida, rapidez y calidad adecuada, se pide limpieza y un correcto trato al público. Esto es imprescindible para que funcione el boca-boca. Actualmente se están produciendo cambios en el sector, mejorando la calidad en el servicio y ofreciendo una oferta más amplia en función de las distintas necesidades de los consumidores.

Por tanto, el éxito de un negocio como el que se propone en este proyecto radica en una gestión eficaz, una plantilla profesional y la calidad de la cocina.

Algunas notas que se deben tener en cuenta en la estrategia de este tipo de negocio son:

Hacerse un hueco en el mercado:

Con un objetivo claro del servicio que se quiere dar y a quien se le quiere ofrecer, se llega a un hueco del mercado importante. La expansión vendrá más tarde tras la consolidación.

Algunas empresas del sector están ampliando el servicio al cliente al ofrecer no sólo el banquete, sino que asociándose con otras empresas, le gestionan incluso el viaje de novios, la orquesta, fotógrafo o reportero, etc.

Catering:

Una opción muy interesante es la de incorporar un servicio de catering no sólo para el salón sino también para llevarlo fuera y prestarlo en instalaciones ajenas a nuestro negocio.

Además, podemos tomar ejemplo de muchas empresas de catering que contando o no con locales o salones propios para celebraciones, pagan un canon por tener la exclusividad de este servicio en distintas haciendas y cortijos.

Alquiler del local:

Una forma de rentabilizar las instalaciones es alquilando el local a otras empresas de catering o particulares que traigan su propio catering.

Oferta de productos y servicios

Es fundamental contar con una amplia gama de platos caseros, de alta cocina, e incluso algunas empresas han introducido platos orientales exóticos sin olvidar calidad de los ingredientes, bien presentados y con precios competitivos.

Una línea estratégica a considerar sería la de destinar el local a restauración en aquellos días o temporadas en las que no se suelen dar ningún tipo de celebraciones. Para ello, debería acondicionarse una zona de comedor aparte del salón privado de celebraciones.

Estudio de la competencia para diferenciarse de ella:

Es interesante la búsqueda permanente de información, la observación de la competencia, lectura de revistas especializadas en el sector, etc. ya que es un sector muy dinámico dónde se innova constantemente.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

Hay que tener en cuenta que una sala de celebraciones como la que se describe en este proyecto sólo se dedicará, en principio, a celebraciones y eventos. Podría también ofrecer servicios de restauración en los días normales pero todo ello dependerá de dónde ubiquemos el local.

Este negocio necesita disponer de una amplia variedad de productos que permitan adaptarse a los distintos tipos de público. Los productos que se conforman la carta del establecimiento se dividen en:

- Oferta de bebidas: licores, vinos, aguas minerales, refrescos, cervezas, cafés, infusiones, cócteles, etc.
- Aperitivos, tapas y canapés.
- Comidas: carnes, pescado, etc.
- Postres: lácteos, frutas, tartas, etc.

Las tareas a desarrollar para la realización de los servicios son las siguientes:

- Organización de la celebración o evento.
- Preparación de los menús.
- Servicio del menú y, en su caso, de la tarta.
- Música ambiental y, una vez asentado el negocio, contratación de orquestas.

El salón de celebraciones elaborará diferentes tipos de cartas de menú que mostrará a las personas que quieran contratarlo para una celebración, pudiendo éstas elegir la opción que mejor se adapte a lo que quieren.

Para elaborar las cartas de menús habrán de considerarse criterios de oportunidad. Para ello hay que tener en cuenta la aceptación por parte de la clientela, la facilidad de

preparación, la rentabilidad, la utilización de géneros locales y la temporalidad de los productos.

Por otra parte, la selección de los proveedores debe hacerse cuidadosamente ya que lo que el restaurante va a poder ofrecer a sus clientes en servicio tiene mucho que ver con lo que reciba de sus proveedores, no sólo respecto al tipo o cantidad de los productos, sino también a las características de calidad, puntualidad, presentación, etc.

La calidad de la mercancía que nos suministren los proveedores es la base de los platos que se van a elaborar para el cliente. Por ello, se deben buscar productos con calidad certificada y denominación de origen. Una buena fuente se encuentra entre los alimentos de la tierra, *Alimentos de Andalucía* que vienen certificados como tal y productos de la *Agricultura Ecológica de Andalucía*.

Tras la compra y recepción de las mercancías habrá que almacenarlos y conservarlos hasta que sean necesarios para la preparación de los platos.

La siguiente actividad que se desarrollará será la preparación de los platos para servirlos en el salón.

Siempre es posible, si el servicio que solicita el cliente desborda nuestra capacidad, subcontratar aquello que sea necesario (vehículos, vajillas, etc.); lo importante es tener flexibilidad para adaptarse al cliente.

Hay que tener en cuenta que en este tipo de negocios la actividad se concentra en los fines de semana y, sobre todo, en navidad y primavera.

4.2. Precios

Los precios de cada evento suelen establecerse en cubiertos por comensal. Para establecer los precios de cada uno de los platos y productos que forman oferta es necesario realizar previamente pruebas de cocina de manera que se pueda saber el consumo de ingredientes, los tiempos de preparación... Todo ello para conocer con exactitud el coste de cada plato y poder establecer los precios más adecuados, teniendo en cuenta que además habrá que imputarles los costes indirectos (sueldos, suministros, amortización...).

Por tanto, para establecer el precio es necesario considerar tres aspectos:

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

Actualmente, los precios oscilan entre 25 y 60 euros por invitado. El precio medio por comensal estará así en torno a 42,50 euros.

4.3. Comunicación

Al inicio de todo negocio lo importante es darse a conocer, atraer a los clientes al local. Para ello, deben tenerse en cuenta distintas variables:

- El local debe tener una imagen tal que el cliente se sienta atraído y piense en él como el lugar perfecto para lo que quiere celebrar. Debe cuidarse la decoración, limpieza del establecimiento, comodidad del mobiliario, etc.
- La forma de servir los productos a la clientela es muy importante, por ello hay que tener en cuenta la vajilla, cubertería, etc. que son elementos que también comunican la imagen del negocio.
- El personal del negocio debe funcionar como el mejor grupo de comerciales posible: recomendando platos, haciendo sugerencias, respetando las normas sobre uniforme en el trabajo, 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.
- Un medio muy utilizado es la publicidad en prensa local y las colaboraciones en guías o revistas especializadas en hostelería y restauración. Actualmente también es posible promocionarse a través de internet ya sea mediante colaboración o publicidad en portales especializados (gastronómicos, guías de ocio, guías de ciudades, etc.) o mediante la creación de una página propia.
- El buzoneo por la zona es importante así como las inserciones en revistas del barrio, guías turísticas, 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 es también una opción recomendable.
- El "boca a boca" es sin duda la publicidad más efectiva y gratuita. Los clientes que queden satisfechos con el producto y el servicio recibido, repetirán la visita al establecimiento y además lo comunicarán a sus conocidos.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Para poder atender el negocio será necesario contar con un grupo de personas especializado en diferentes tareas. El perfil requerido para los trabajadores depende de las tareas que vaya a desarrollar:

- **Tareas de elaboración de productos:** para la realización de estas tareas nos encontramos con tres tipos de puestos:
 - Jefe/a de cocina: Sus funciones principales son: organizar la cocina, elaborar los menús, inventar nuevos platos, innovar, supervisar el producto final, la presentación del plato...
 - Cocinero/a: Se encarga de la elaboración propia de la comida.
 - Pinche: Se encarga de ayudar al cocinero encargándose de la primera fase de la cadena: pelar patatas, limpiar verdura, carne, etc.

En este negocio contaremos, de momento, con dos cocineros y dos pinches de cocina.

- **Tareas de servicio de los platos y montaje de catering:** aquí nos encontramos con los siguientes puestos:
 - Camarero: Realiza labores de servir mesas y en la mayoría de los casos, sobre todo en los restaurantes pequeños, lo combinan con atender la barra.
 - Barman: Su labor es la de atender la barra en aquellas celebraciones que lo requieran.

Para esta tarea se contratará a una persona en plantilla que hará funciones de coordinación de los camareros y colaborará en el montaje de todo lo relacionado con el catering cuando sea necesario. El resto de camareros que nos hagan falta, se subcontratarán a través de una empresa intermediaria a razón de un camarero por cada dos mesas, es decir, un camarero por cada 16 comensales.

- **Gestión del negocio:** Se requiere que la persona que gestione el negocio tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras...). Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.

El supervisor o encargado será el que actúe de maitre y gestione el negocio siendo el responsable de la actividad del salón, suministros, pedidos, producción, control de inventarios y de gastos, gestión del personal, etc. Esta persona puede ser el propietario del negocio en Régimen de la Seguridad Social como autónomo.

Los cocineros y sus ayudantes serán los que se encarguen de preparar los platos y mantener en orden y con limpieza la cocina. Los camareros atenderán y servirán a los clientes, encargándose además de la limpieza y mantenimiento básico del equipamiento y del local.

Los empleados podrán estar contratados a tiempo completo o parcial, dependiendo de la demanda del establecimiento, pudiéndose contar con un refuerzo en los días o las horas puntas del negocio donde la afluencia de público es mayor.

HORARIOS

Este negocio requiere un horario de trabajo muy amplio de lunes a domingo que permita satisfacer a la demanda de clientes para celebraciones en cualquier día de la semana, si bien se sabe que dichas celebraciones suelen realizarse, generalmente, a partir del jueves y hasta el lunes.

La persona encargada deberá estar a tiempo completo. Los empleados que, en principio integrarán la plantilla también estarán a tiempo completo. Para las celebraciones se contratará al resto de empleados necesarios por horas.

5.2. Formación

Para el correcto funcionamiento de un negocio como el que se propone se requieren conocimientos de dos tipos:

- **Gestión del negocio:**
 - Organización y gestión del establecimiento.
 - Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
 - Informática de gestión.
- **Formación teórica y práctica relativa a tareas productivas:**
 - Procesos de elaboración y manipulación de los productos (se requiere el carné de manipulación de alimentos).
 - Funcionamiento y mantenimiento del equipamiento (cafeteras, plancha, vitrinas frigoríficas...).
 - Atención al cliente.

Para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de los puestos que se han señalado anteriormente, existen ofertas a nivel formativo dentro de este sector. Actualmente se pueden realizar estos estudios en Asociaciones de empresarios hosteleros, en Centros de Formación Ocupacional y en Escuelas de Hostelería.

La normativa que debe cumplir la formación para adquirir la competencia profesional necesaria para el correcto desarrollo de las tareas se encuentra en el Real Decreto 301/1996, de 23 de febrero, por el que se establece el *certificado de profesionalidad de la ocupación de cocinero* y el Real Decreto 302/1996, de 23 de febrero, por el que se establece el *certificado de profesionalidad de la ocupación de camarero de restaurante-bar*.

Es habitual que la formación necesaria para el desempeño del puesto se reciba en el mismo puesto de trabajo empezando en el oficio como pinche o ayudante de cocina. Así, para los puestos de jefe de cocina y cocinero se suele contratar a personas con experiencia provenientes de escuelas de hostelería, mientras que para los puestos de camarero y pinche se puede recurrir a personas que aún sin formación específica tengan aptitudes y habilidades para la realización de las tareas. Sin embargo, es conveniente tener presente que hoy día el factor humano es una clave fundamental para la imagen del negocio por lo que es conveniente realizar una buena selección de personal y recurrir a personal que posea certificado profesional.

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

La ubicación del local no es fundamental en este negocio, pues se reserva para determinadas celebraciones, siendo más importante la labor comercial. No se busca incentivar a los clientes a entrar momentáneamente de forma impulsiva sino que lo que se busca es que piensen en el local para la celebración de sus eventos. Volvemos a incidir en que es sumamente importante el boca-boca.

Sí es importante que el local tenga buen acceso, cuente con una bonita fachada y con un interior correctamente decorado, siendo conveniente que permita la posibilidad de disponer de una parte al aire libre o zona de terraza. También resulta conveniente que disponga de una zona de fácil aparcamiento.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Según se ha observado en el sector, el tamaño del local puede ser muy variado. Dependerá de la inversión que el emprendedor este dispuesto a realizar y del tipo de eventos que en quiera organizar en las instalaciones.

En este proyecto se ha estimado un local con espacio adecuado para 150 y 200 comensales. Con lo cual la superficie mínima será de 400 m². Esta superficie deberá ser distribuida en las siguientes zonas separadas:

- **Salón privado:** Comprende el espacio del local destinado a la celebración de los eventos. Es la zona de mayor superficie puesto que es la clave del negocio. Lo ideal es que el salón prescindiera de elementos separadores como columnas, pilares, etc. En

esta zona es donde se distribuirán las mesas y sillas. El salón privado dispondrá de una zona para orquesta y pista de baile.

- **Cocina:** Ésta zona se divide en el espacio que queda detrás de la barra y otra zona reservada de la vista del público. Estas áreas deberán estar dotadas del material que se especifica más adelante.
- **Barra:** En todo salón de celebraciones es recomendable una barra que sirva las copas después de la comida.
- **Recepción o terraza:** En la recepción (o terraza, según el caso) se darán los aperitivos que van antes de la comida.
- **Aseos:** Debe haber un número y amplitud de aseos correspondientes al número máximo de comensales que puede permitir el salón. Además deben contemplar la eliminación de barreras arquitectónicas.
- **Oficina y zona privada:** El local debe disponer de una pequeña oficina para la gestión del negocio, un almacén, vestuario y aseo del personal.

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. Entre estas condiciones destacan:

- **El acondicionamiento eléctrico**, que deberá cumplir las normas de baja tensión y estar preparado de forma que permita la correcta utilización de la maquinaria.
- **Habrà que instalar todos los elementos que garanticen la seguridad del local**, salida de emergencias, luces de emergencias, extintores.
- **Iluminación:** Natural y artificial, según Reglamento de luminotecnia vigente.
- **Ventilación:** Lo más indicado es la ventilación normal con temperatura ambiente adecuada (en torno a los 25 - 30° C) y extractores de vapor y humo. Será necesario instalar aire acondicionado y calefacción.
- **Habrà que habilitar un área de lavado** de loza, cubertería y cristalería, provista de fregaderos de doble seno con agua fría/caliente.

- **Los pavimentos** de la cocina y almacén serán impermeables, resistentes, lavables e ignífugos, dotándoles de los sistemas de desagües precisos.
- **Las paredes y los techos** se construirán con materiales que permitan su conservación en perfectas condiciones de limpieza, blanqueado o pintura.
- **Dispondrán en todo momento de agua corriente potable** en cantidad suficiente para la elaboración, manipulación y preparación de sus productos y para la limpieza y lavado de locales, instalaciones y elementos industriales, así como para el aseo del personal.
- **Las instalaciones deben estar adecuadas a la normativa de accesibilidad** para personas con discapacidad: disponer de servicio para minusválidos, rampas de acceso para sillas de rueda, puertas amplias, etc.

También es responsabilidad del emprendedor habilitar una zona para fumadores. Una vez contratado el servicio en el salón, la responsabilidad de que se cumpla la normativa cae en el contratante.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, cierres, etc.
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en perfectas condiciones para el desarrollo de la actividad. Habrá que considerar aspectos tales como:
 - Aseos para el personal y aseos para los clientes.
 - Instalación de potencia eléctrica.
 - Instalación eléctrica para la iluminación general.
 - Instalación de agua (para el lavavajillas, fregadero, aseos...), alimentación y desagües.
 - Instalación de aire acondicionado.

- Insonorización en el caso de que el local se encuentre rodeado de otros edificios.

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 69.600,00 € (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

El mobiliario básico estará compuesto por los elementos que se citan a continuación:

- Elementos decorativos del comedor.
- 30 mesas (las mesas serán redondas y con capacidad para ocho personas) y 240 sillas.
- Barra, frente mostrador, estanterías y muebles traseros.
- Carros de entremeses y carro de pastelería.
- Aparador, vitrinas y estanterías para comedor y para almacén.
- Material básico de despacho.

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que queremos para el negocio y teniendo siempre presente que todos los materiales que integren el establecimiento y que estén en contacto directo con el producto deben ser hidrófugos y atóxicos.

Respecto a la decoración, hay que señalar que en este tipo de negocios es aspecto muy importante a tener en cuenta. Es necesario crear un espacio cálido y acogedor para que el cliente se sienta a gusto. Para un negocio como el que se propone en este proyecto, se

deberá buscar una imagen moderna que lo haga atractivo para el público, aunque con connotaciones que evoquen tradición, comida de calidad y que se encuentra en armonía con el evento que se está celebrando.

El coste por estos elementos se ha estimado en 34.800,00 € (IVA incluido) para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales y menor si se adquieren elementos de segunda mano.

6.3. Existencias y otros materiales.

La primera compra de existencias 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 EXISTENCIAS (alimentos y bebidas)	6.000,00 €	960,00 € (*)	6.960,00 €
OTROS MATERIALES (Servilletas, posavasos, manteles de papel, material de imprenta, cartas, productos de limpieza, etc.)	1.550,00 €	248,00 €	1.798,00 €
TOTAL	7.550,00 €	1.208,00 €	8.758,00 €

(*) 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 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 y adecuar la oferta a las demandas de los clientes.

6.4. Equipamiento

Este equipamiento estará formado por los distintos elementos que permitan la elaboración de los productos y su correcta conservación así como la limpieza de los distintos materiales empleados en el desarrollo de las actividades.

Incluye:

- **Maquinaria para la preparación de productos:** horno, cocina, cafetera, batidora, exprimidor, etc.
- **Maquinaria para la conservación y el mantenimiento:** congelador, cámaras y vitrinas frigoríficas...
- **Otra maquinaria:** fregadero, lavavajillas...

El coste del equipamiento básico necesario para este negocio se muestra a continuación:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
AIRE ACONDICIONADO	6.000,00 €	960,00 €	6.960,00 €
CAMPANA EXTRACTORA	700,00 €	112,00 €	812,00 €
FREGADERO	270,00 €	43,20 €	313,20 €
COCINA	2.600,00 €	416,00 €	3.016,00 €
HORNO	1.295,00 €	207,20 €	1.502,20 €
ARMARIO FRIGORÍFICO	3.100,00 €	496,00 €	3.596,00 €
2 VITRINAS EXPOSITORAS REFRIGERADAS	9.000,00 €	1.440,00 €	10.440,00 €
CONGELADOR	2.600,00 €	416,00 €	3.016,00 €
LAVAVAJILLAS INDUSTRIAL	2.400,00 €	384,00 €	2.784,00 €
CAFETERA	3.000,00 €	480,00 €	3.480,00 €
MESA DE TRABAJO EN ACERO INOX.	1.100,00 €	176,00 €	1.276,00 €
FREIDORA 2 CUBAS	3.500,00 €	560,00 €	4.060,00 €
PLANCHA DE ASAR	250,00 €	40,00 €	290,00 €
ENVASADORA AL VACÍO	900,00 €	144,00 €	1.044,00 €
BATIDORA - LICUADORA	45,00 €	7,20 €	52,20 €
TOTAL	36.760,00 €	5.881,60 €	42.641,60 €

La opción más recomendable es adquirir la maquinaria que resulte imprescindible a la hora de iniciar la actividad y posteriormente, conforme se vaya consolidando el negocio, ir incorporando paulatinamente nuevos elementos y maquinaria que permitan producir más eficientemente.

Respecto al coste de adquisición de la maquinaria es importante señalar que en este sector existe un importante mercado de segunda mano que permite adquirir alguno de los elementos en perfectas condiciones de uso pero a un precio inferior.

6.5. Utensilios y otros materiales.

Incluye la compra de utensilios como:

- Vajilla, cubertería, cristalería, cubiertos especiales de servicio.
- Bandejas.
- Saleros, pimenteros, vinagreras, palilleros.
- Champaneras distintos tipos.
- Cestillos para pan, recogemigas.
- Sacacorchos, abrebotellas, abrelatas.
- Fuentes, soperas, legumbreras, campanas para fuentes, salseras.
- Garra para jamón.
- Tablas para trinchar (poliuretano).
- Mantelería completa y paños diversos.
- Medidores, vasos mezcladores, cocteleras, cubos y pinzas para hielo.
- Centros florales y otros adornos para las mesas.
- Ceniceros, servilleteros...

El coste estimado de estos elementos es de 6.032,00 € (IVA incluido). Aquí hay que tener en consideración que parte de estos elementos puede ser cedido por los proveedores con la compra de artículos (botelleros, servilleteros, ceniceros, relojes, vasos...).

6.6. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de dos equipos informáticos con software para la gestión de restaurantes, impresora y fax. El coste de los equipos informáticos según presupuesto facilitado, es de unos 3.828,00 € (IVA incluido).

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 1.798,00 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 8.800,00 € (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, limpieza, 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	5.104,00 €
Suministros	348,00 €
Sueldos	6.400,00 €
S.S. trabajador	1.617,00 €
Gastos por servicios externos	243,60 €
Publicidad	174,00 €
Otros gastos	290,00 €
Total Pagos en un mes	14.176,60 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	42.529,80 €

6.9. Memoria de 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	60.000,00 €	9.600,00 €	69.600,00 €
Mobiliario y decoración	30.000,00 €	4.800,00 €	34.800,00 €
Equipamiento	36.760,00 €	5.881,60 €	42.641,60 €
Utensilios	5.200,00 €	832,00 €	6.032,00 €
Stock inicial	7.550,00 €	1.208,00 €	8.758,00 €
Equipo informático	3.300,00 €	528,00 €	3.828,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00 €	248,00 €	1.798,00 €
Fianzas	8.800,00 €	0,00 €	8.800,00 €
Fondo de maniobra	42.539,80 €	0,00 €	42.529,80 €
TOTAL	195.689,80 €	23.097,60 €	218.787,40 €

7. INGRESOS Y ESTRUCTURA DE COSTES

Hay que señalar que existe una gran variedad de formas de montar un negocio de este tipo influyendo esta cuestión considerablemente en los ingresos, la estructura de costes y, como consecuencia, en los resultados de la empresa.

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 tamaño del establecimiento, la ubicación y la competencia.

Según las recomendaciones del sector, el consumo de materiales en restauración debe ser como máximo el 25% del precio de venta. Este porcentaje puede reducirse en un 5% debido a los descuentos en compra que los salones de celebraciones obtienen de los proveedores al comprar en grandes volúmenes.

Al consumo hay que sumarle los siguientes costes variables:

- Porcentaje de costes variables que va a suponer el coste de los camareros subcontratados a través de una empresa de intermediación. El coste medio por hora y camarero se ha estimado en 12 €. En este negocio se supondrá necesario un camarero por cada dos mesas, es decir, por cada 16 comensales. Considerando un ingreso medio por persona de 42,5 € (tal como se indicó en el apartado referente a precios) y una duración media de 6 horas por evento, este coste variable de personas supone un 10,59% de los ingresos obtenidos por el cubierto.
- Deterioros y mermas: por este concepto se supondrá un coste medio global sobre los ingresos del 3%.
- Costes variables procedentes de orquestas así como el canon que se tienen que pagar por derechos de autor con respecto a la música puesta en el salón. En principio, no se considerará el coste de contratar orquestas porque el negocio está

empezando. Sin embargo, se tendrán que pagar los derechos de autor por las canciones que se pongan en el establecimiento. Este coste es de 105,57 € más su IVA correspondiente para 75 comensales, incrementándose esta cantidad en 0,42 € por comensal (más el IVA). Esto supone, aproximadamente, el 5% de los ingresos.

Por lo tanto, el coste variable total será:

COSTES	
Consumo de materiales	20,00%
Coste variable de personal	10,59%
Coste pago por derechos de autor	3,00%
Deterioros y mermas	5,00%
COSTE VARIABLE TOTAL	38,59%

Este coste variable es equivalente a un margen bruto del 61,41% sobre la facturación. En principio, redondearemos al 60% puesto que la rentabilidad es más baja en los primeros años de vida del negocio.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin incluir el IVA) es la siguiente:

- **Costes variables:**

Los costes variables (consumo mensual de materia prima más las mermas, el coste variable de personal y el de derechos de autor) se estiman en torno a un 40% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 400 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 4.400,00 €.

▪ **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 (productos de limpieza, consumo de material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 300,00 € mensuales.

▪ **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 150,00 € mensuales.

▪ **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen las siguientes partidas:

- Gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.
- Gastos de limpieza. Estos gastos, que se contratarán a una empresa de limpieza, serán de 120,00 € mensuales.

Por lo tanto, los gastos por servicios externos ascenderán a 210,00 € al mes.

▪ **Gastos de personal:**

El gasto de personal estará compuesto por:

- Un sueldo para el gerente. Sería conveniente que el gerente fuera el propio emprendedor que además de encargarse de tareas administrativas y comerciales, atendiera el negocio.
- Sueldo de un camarero. Como ya se comentó en un apartado anterior, se contratará en plantilla a un solo camarero. Éste estará a tiempo completo pues sus funciones también incluirán el montaje del catering.

El resto de camareros necesarios para el desarrollo de la actividad lo contrataremos a una empresa externa, la cual nos cobrará a razón de 12 euros (IVA incluido) por hora y camarero. Este coste no será por tanto fijo, sino variable, incidiendo así en los márgenes como se observó en el apartado anterior.

- Sueldo de dos cocineros a tiempo completo.
- Sueldo de dos pinches o ayudantes de cocina, también a tiempo completo.

Este coste de personal (el coste bruto mensual considerado incluye prorrateadas las pagas extraordinarias en doce meses) se distribuirá mensualmente del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (empresador autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
Camarero	1.000,00 €	330,00 € (**)	1.330,00 €
Cocineros (a tiempo completo)	2.400,00 €	792,00 € (**)	3.192,00 €
Pinches (a tiempo completo)	1.500,00 €	495,00 € (**)	1.995,00 €
TOTAL	6.400,00 €	1.617,00 €	8.017,00 €

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

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

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (posibles reparaciones, seguros...). La cuantía estimada anual será de 3.000,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 250,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	60.000,00 €	10 %	6.000,00 €
Mobiliario y decoración	30.000,00 €	20 %	6.000,00 €
Equipamiento	36.760,00 €	20 %	7.352,00 €
Utensilios	5.200,00 €	20 %	1.040,00 €
Equipo informático	3.300,00 €	25 %	825,00 €
TOTAL ANUAL			21.217,00 €

(*) 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	1.550,00€	33,3 %	516,67 €
TOTAL ANUAL			516,67 €

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 la prestación de servicios.
- **Gastos:** estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste variable total del 40% de los ingresos) y la suma de: Alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUNTÍA
Alquiler	52.800,00 €
Suministros	3.600,00 €
Sueldos	76.800,00 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajadores)	19.404,00 €
Gastos por servicios externos	2.520,00 €
Publicidad	1.800,00 €
Otro gastos	3.000,00 €
Amortización del inmovilizado material	21.217,00 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
Total gastos fijos estimados	181.657,67 €
Margen bruto medio sobre ingresos	60%
Umbral de rentabilidad	302.762,78 €

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

Esto supondría una facturación anual de 302.762,78 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 25.230,23 euros.

8. FINANCIACIÓN

Existen distintas opciones para financiar el presente proyecto, aunque se deberá buscar la mejor de ellas según las condiciones propias del emprendedor/a que vaya a poner en marcha el negocio.

Es práctica habitual en este sector que la maquinaria industrial necesaria, una de las partidas más importantes de la inversión (el equipamiento), se financie a través de la fórmula de arrendamiento financiero (leasing) o, incluso, comentan algunos proveedores del sector, por renting.

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	60.000,00 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	36.760,00 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	30.000,00 €		
Utensilios	5.200,00 €		
Equipo informático	3.300,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	8.800,00 €		
Existencias	7.550,00 €		
Tesorería (*)	42.529,80 €		
IVA soportado	23.097,60 €		
Total activo	218.787,40 €	Total pasivo	218.787,40 €

(*) Se consideran 42.529,80 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se han supuesto tres posibles niveles de ingresos:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	290.000,00	310.000,00	330.000,00
Costes variables (Ingresos x 40%)	116.000,00	124.000,00	132.000,00
Margen bruto (Ingresos - Costes Variables)	174.000,00	186.000,00	198.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	290.000,00	310.000,00	330.000,00
COSTES VARIABLES	116.000,00	124.000,00	132.000,00
MARGEN BRUTO	174.000,00	186.000,00	198.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	52.800,00	52.800,00	52.800,00
Suministros, servicios y otros gastos	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Otros gastos	3.000,00	3.000,00	3.000,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	96.204,00	96.204,00	96.204,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría + Servicio de limpieza	2.520,00	2.520,00	2.520,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	21.217,00	21.217,00	21.217,00
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	181.657,67	178.465,67	178.465,67
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-7.657,67	4.342,33	16.342,33

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio, el sueldo de un camarero, de dos cocineros y de dos ayudantes de cocina (todos a tiempo completo) a lo que se le suma 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.