

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**SERVICIO DE BEBIDAS A DOMICILIO**

**Sector de Alimentación y Bebidas**

Datos de 2008



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

---

En este proyecto se describe la creación de un negocio dedicado al reparto a domicilio de bebidas alcohólicas y licores sin alcohol previo pedido, realizado éste mediante vía telemática o telefónica. El reparto de bebidas se hará siempre en domicilios particulares, dentro del horario legal establecido y siempre a mayores de 18 años, en el caso de bebidas con alcohol.

### 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.

Puesto que el Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma, entre otras, competencias en materia de deporte y ocio, la legislación básica a tener en cuenta es la siguiente:

- Ley 7/2006 de 24 de octubre sobre potestades administrativas en materia de determinadas actividades de ocio en los espacios abiertos de los Municipios de Andalucía.

Otra normativa a tener en cuenta:

a) Autonómica:

- Ley 4/1997, de 9 julio, de Prevención y Asistencia en Materia.
- Ley 13/1999, de 15 de diciembre, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.
- Ley 1/2001, de 3 de mayo, modifica la Ley 4/1997.
- Ley 12/2003, de 24 de noviembre, que reforma la Ley 4/1997.

b) Estatal:

- Real Decreto 1100/1978, de 21 de mayo, por el que se regula la publicidad del tabaco y bebidas alcohólicas en los medios de difusión del estado.
- Orden de 7 de noviembre de 1989, en la que se prohíbe la venta y distribución de tabaco y bebidas alcohólicas en los centros escolares públicos dependientes del M.E.C.
- Real Decreto 1045/1990 de 27 de julio, que regula las tolerancias admitidas para la indicación del grado alcohólico volumétrico en el etiquetado de las bebidas alcohólicas destinadas al consumidor final.
- Ley 10/1990, de 15 de octubre del deporte. En su artículo 67 prohíbe la introducción y venta de toda clase de bebidas alcohólicas en las instalaciones en las que se celebren competiciones deportivas.
- Ley 34/1998 de 11 de noviembre, general de publicidad.

Al tratarse de un negocio en el que se reciben los pedidos por vía telemática o telefónica, en el momento de la entrega de bebidas alcohólicas y, en caso de duda, habrá que solicitar el D.N.I a la persona que a la que le hagamos la entrega.

Se recomienda ser cuidadoso y cumplir las normas exhaustivamente en este tipo de negocio dada la peculiaridad de su naturaleza y el control que se ejerce desde las distintas Administraciones Públicas.

## 1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no exige requisitos de formación. El perfil más adecuado sería el de una persona joven, con carnet de conducir y con dotes de atención al cliente.

Puede ser llevado a cabo por estudiantes de último curso para financiar sus estudios, por desempleados con ganas de emprender y autoemplearse y por personas con baja formación, entre otros.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

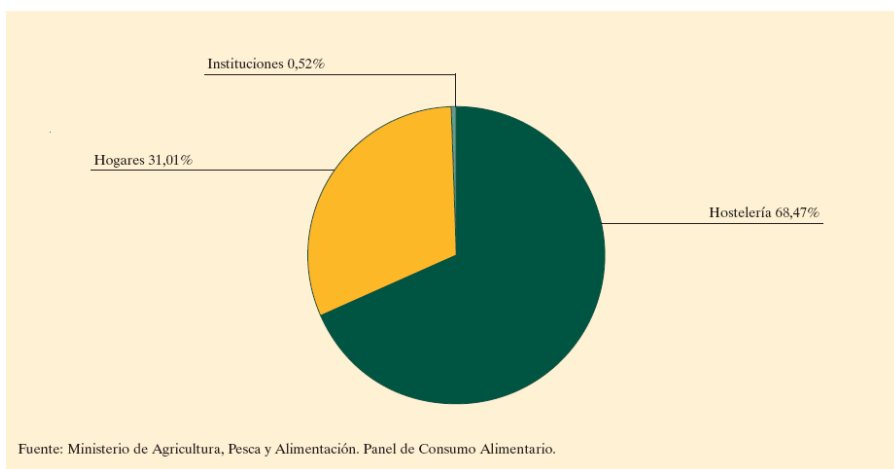
A partir de los datos extraídos del Informe de 2007 del Observatorio Español sobre Drogas, podemos conocer la demanda de bebidas alcohólicas en España, su evolución temporal, así como la distribución de la demanda según los diferentes ámbitos de consumo y el tipo de bebida.

Según el mismo informe, en el año 2006, el volumen total de compras de bebidas alcohólicas sigue una tendencia a la baja, al igual que ocurriera en el 2005, y se sitúa en los 3.863,34 millones de litros, lo que supone un 1% menos que el año anterior. Este descenso se debe principalmente a la menor compra realizada por el sector de la hostelería.

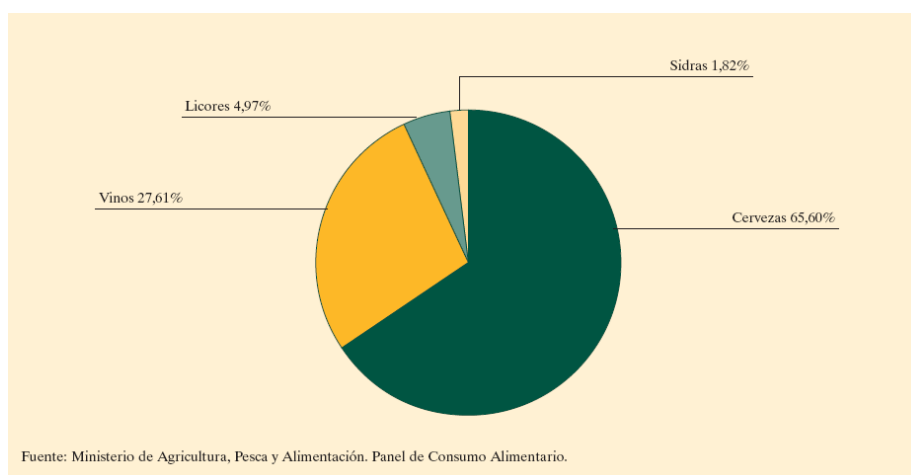
El consumo por persona en el año 2006 fue de 90,1 litros, entendiendo por bebidas alcohólicas: vinos, cervezas, licores y sidra.

La mayor parte del consumo (más de dos tercios del volumen sobre compras) tuvo lugar en el sector de la hostelería y restauración, y las bebidas más compradas fueron la cerveza (65,59%) y el vino (27,61%). A continuación se muestran los datos de forma resumida en dos gráficos.

**Gráfico 1:** Distribución del volumen de compras de bebidas alcohólicas, en litros, según el ámbito de consumo (porcentajes).



**Gráfico 2:** Distribución del volumen de compras de bebidas alcohólicas, en litros, según tipo de bebidas (porcentajes).



Este descenso en el volumen de compras se ha producido en un contexto general de aumento del gasto alimentario en los hogares, incremento experimentado también por las bebidas alcohólicas. Esto parece indicar que se está produciendo un proceso de desplazamiento en el consumo de alcohol desde la hostelería hacia el ámbito doméstico.

**Gráfico 3:** Evolución del volumen total de compras de bebidas alcohólicas (millones de litros). España (1996-2006).

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Vinos	1.298,2	1.392,4	1.414,7	1.371,7	1.310,5	1.233,52	1.199,28	1.156,83	1.197,78	1.157,45	1.084,72
Cervezas	2.365,9	2.132,2	2.153,6	2.196,6	2.203,0	2.191,54	2.191,76	2.355,39	2.495,92	2.502,22	2.576,55
Sidra	56,1	69,9	71,3	77	77,03	79,84	80,37	74,1	70,8	66,98	71,59
Licores y otras bebidas alcohólicas	205,6	178,5	173,9	163,9	194,7	202,13	181,26	195,19	195,08	188,74	195,19
Total bebidas alcohólicas	3.925,8	3.925,8	3.773	3.809,1	3.785,3	3.707,03	3.652,67	3.781,51	3.959,58	3.915,39	3.928,05

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Panel de Consumo Alimentario.

En la actualidad, la normativa vigente se hace cumplir fielmente. Muchos ayuntamientos han prohibido el consumo de alcohol en los espacios abiertos y se han cerrado bares por exceso de ruido o por permanecer abierto con gente en la calle hasta altas horas de la noche.

La coyuntura económica también influye en la venta de alcohol, sobre todo en el sector de la hostelería dado los altos precios por copa que impone el sector.

Por tanto, aprovechando que cada vez más se consumen bebidas de este tipo en los hogares, se plantea la creación de un negocio cuyo objeto es la prestación de un servicio: reparto de bebidas a domicilio. No se trata de fomentar el consumo, sino de aprovechar una oportunidad de negocio latente.

## 2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia se distinguen varios tipos de competidores. No obstante, vamos a distinguir entre competidores directos e indirectos:

1. Competidores directos: aquellos que prestan el mismo servicio que nosotros. En este caso se situarían como competidores otras empresas que repartan bebidas a domicilio.

2. Competidores indirectos: son aquellos que ofrecen un producto/servicio sustitutivo. Aquí, dada la peculiaridad del negocio y de que la esencia es la prestación de un servicio y no la venta de bienes en sí, no tendríamos ningún competidor. Si bien es cierto, que el bien asociado al servicio puede ser adquirido en hipermercados, supermercados, licorerías, pequeños comercios.

Así pues, el factor diferenciador y ventaja competitiva de nuestra empresa es que las botellas se llevan a domicilio a petición del cliente. Por ello los competidores que carezcan de este servicio, no tendrán capacidad para competir con nosotros en este concepto.

## 2.3. Clientes

El negocio se dirige al público en general mayor de 18 años, pero principalmente a jóvenes de entre 18 y 40 años, dado que son los más proclives a utilizar este tipo de servicio. El servicio puede ser solicitado ante distintas situaciones o por diferentes motivos: reuniones espontáneas de amigos, celebraciones de hechos inesperados, comodidad (condiciones meteorológicas adversas, desplazamientos...).

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

De este tipo de negocio, lo que los clientes buscan es la efectividad y rapidez en el servicio.

Por la propia naturaleza del servicio, sólo se puede afrontar desde un enfoque estratégico específico, dado que, todo lo que pase de eso, haría perder la esencia de la oportunidad de negocio y entraríamos en una situación competitiva distinta; el enfoque es el siguiente:

- Reparto a domicilio de bebidas espirituosas, refrescos, hielo y licores sin alcohol. Para ello, es suficiente contar con un pequeño almacén para guardar las bebidas, guardar las motocicletas y recibir los pedidos, vía telemática o telefónica. La inversión requerida sería pequeña.

Por otra parte, para tener éxito y hacernos con una buena clientela, podemos desarrollar una serie de elementos innovadores o líneas estratégicas:

1. Es fundamental conocer los gustos de los clientes e ir adaptando progresivamente la variedad de productos a las demandas de éstos. Por ello, una estrategia sería ir renovando la oferta, añadiendo marcas de bebidas a nuestra lista inicial.
2. Añadir al pedido algún tipo de "regalo" como puede ser una bolsa de patatas fritas o de frutos secos.
3. Ampliar la oferta de productos a domicilio. Se podría complementar el envío de bebidas con paquetes de patatas, chucherías, frutos secos, pipas, chocolatinas, sándwiches (de los que ya vienen preparados), etc.



## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

La propia naturaleza del negocio es lo que hace que sea diferente al resto y justamente aquí está nuestra ventaja competitiva.

Para que el negocio funcione es necesario establecer el diseño de los procesos de aprovisionamiento y desarrollo de forma rápida, eficaz y rentable sin menoscabo de la calidad en el servicio.

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía, en este caso los componentes del "pack" que enviamos a domicilio: bebidas, refrescos, licores sin alcohol, vasos de plástico, hielo, bolsas de patatas/frutos secos. Ésta debe estar perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible, evitando almacenamientos innecesarios, pero evitando en la medida de lo posible las roturas de stock.

Para la compra acudiremos a almacenes de venta al por mayor o mayoristas en los que podemos conseguir descuentos por volumen de compra. La elección de los proveedores debe realizarse concienzudamente y considerando diferentes variables: calidad de los productos, plazos del servicio, condiciones comerciales (plazos de pago, descuentos en factura, descuentos por pronto pago, rappels, plazos de facturación, pedido mínimo, devoluciones, portes...). Para la compra de hielo en grandes cantidades, podemos recurrir a un proveedor que nos abastezca en nuestra propia empresa para evitar mermas o pérdida de calidad.

Una vez establecido un mínimo de productos, estamos en condiciones de poner en marcha nuestro servicio. Los pedidos se recibirán por vía telefónica o telemática; para ello necesitamos teléfono, conexión a internet y cuenta de correo electrónico. Sería muy atractivo tener un página web mediante la cual nos demos a conocer, ofrezcamos nuestro servicio y se realicen los pedidos.

La siguiente fase es la del reparto a domicilio. Se deberá contar con un vehículo destinado a tal uso. Por ello se adquirirán varias motocicletas al comenzar el negocio, a medida que el negocio vaya creciendo, se irá teniendo una flota más amplia.

Los encargos podrán realizarse hasta las 21:30h para los packs y bebidas alcohólicas, y hasta la 1 de la madrugada para el resto de productos. Se establecerá un radio de actuación para el reparto de pedidos (el cual se puede ir ampliando según la marcha del negocio) que englobará el municipio en el que se ubique el negocio y su área metropolitana.

La oferta puede orientarse del siguiente modo:

- "Pack de bebidas": el cual incluiría 1 botella de licor + 1 botella de refresco + 1 bolsa de hielo + 6 vasos de tubo de plástico.
- Refrescos
- Hielo, vasos de plástico
- Licores sin alcohol
- Aperitivos, chocolatinas, frutos secos, etc. (una vez iniciado el negocio)

## 4.2. Precios

Para establecer el precio es necesario considerar tres niveles:

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

A continuación mostramos la tabla de precios de nuestro servicio. En función del tipo de bebida, el precio por pedido será mayor o menor. El pack incluye: una bebida con alcohol, un refresco (a elegir entre cola, limón o naranja), una bolsa de hielo, 6 vasos de tubo y un paquete de patatas fritas o frutos secos de regalo.

**LISTA DE PRECIOS**

PRODUCTO	PRECIO
<b>PACK RON</b>	
Barceló	20,00 €
Brugal	20,50 €
Cacique	20,50 €
Havana Club 5	18,50 €
Legendario	20,50 €
Negrita	16,50 €
Pampero	20,00 €
<b>PACK WHISKY</b>	
Ballantines	19,00 €
Cutty Sark	17,50 €
DYC	15,00 €
J. Walker	19,00 €
J&B	19,00 €
Jameson	18,50 €
White Label	20,50 €
<b>LICORES SIN ALCOHOL</b>	
Licores Rives Sin (Blue, Mora, Lima, Kiwi, Manzana, Granadina)	5,50 €
<b>REFRESCOS</b>	
Coca-cola	2,00 €
Kas naranja/limón	2,00 €
Sprite	2,00 €
<b>HIELO, VASOS</b>	
Bolsa de hielo	1,50 €/bolsa
Vasos de tubo	0,20 €/unidad

\*Todas las botellas de ron y whisky son de 70 cl.

\*Se establecerá un pedido mínimo de 6,00 €.

**4.3. Comunicación**

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

- El personal del negocio que debe funcionar como el mejor grupo de comerciales posible, dando a conocer el negocio entre amigos, familiares y conocidos. En ocasiones el **"boca-boca"** es el mejor instrumento de marketing.
- Recurrir al **buzoneo**, como forma de publicidad tradicional, la inserción de publicidad en **revistas** de barrio y locales, directorios comerciales, se encuentra entre las mejores opciones. Siempre se hará publicidad del servicio que se ofrece; nunca de marcas comerciales ni de fomento del consumo de alcohol.
- Recurrir a las **promociones** para activar los días de menos actividad (descuentos, sorteos, regalos por determinadas compras, etc.).

- Definir un nombre comercial y asignarle un **logotipo** que cumpla los objetivos tradicionales, esto es, que se recuerde fácilmente, que se asocie al producto o servicio, que se diferencie de la competencia y que guste.
- Creación de una **página web** que sirva no sólo como elemento de comunicación y escaparate de la empresa, si no además para realizar los pedidos como se recomendó anteriormente.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

En un principio, el equipo estaría formado por el emprendedor y dos ayudantes en los fines de semana.

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

**Emprendedor:** Se encargará de la gestión del negocio. Además, se encargará, concretamente de las siguientes funciones:

- La compra o recepción de la materia prima, se debe:
  - Comprobar que efectivamente es lo que se pidió, en términos de calidad y cantidad, al proveedor.
  - Colocar la mercancía en el lugar adecuado para su buena conservación (despensa, frigorífico, o en la zona de trabajo inmediato).
- Control de pedidos y caja.
- Crear y mantener una base de datos en la cual recoger los pedidos de cada cliente.
- Atender llamadas y gestionar y preparar los pedidos.
- Repartir pedidos si es necesario.

**Ayudantes:** Estarán contratados a tiempo parcial y con horario muy flexible. Se encargarán principalmente de la entrega de pedidos. En concreto, sus funciones podrán ser las siguientes:

- Atender las llamadas telefónicas.
- Asistir al emprendedor
- Preparación y reparto de pedidos en moto.
- Buzoneo en determinadas ocasiones.

Como en todo negocio, es imprescindible que una persona se encargue de la administración, contabilidad, etc. Es conveniente que esta persona sea el emprendedor. En el caso de que éste carezca de los conocimientos pertinentes se puede recurrir a la asesoría externa. En este caso suponemos que el emprendedor se encargará de estas tareas por ser mínimas en un negocio de este tipo.

#### HORARIOS

La recepción de pedidos por teléfono comenzará a las 16h y podrá extenderse hasta las 21:30h en el caso de bebidas con alcohol; y hasta la 1 de la madrugada en el caso de bebidas sin alcohol, hielo, vasos o aperitivos.

La jornada laboral de los ayudantes será de 28h horas a la semana, distribuidas de forma no uniforme durante 4 días a la semana; por lo que estarán contratados a tiempo parcial.

## 5.2. Formación

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

En la actualidad, la oferta de formación continua para trabajadores es bastante amplia. Se podrían realizar cursos que contribuyan a la buena marcha del negocio y a la asimilación de conocimientos de forma personal.

## 6. PLAN DE INVERSIÓN

---

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria se desglosa en:

### 6.1. Las instalaciones

#### UBICACIÓN DEL LOCAL

Respecto a la ubicación, al tratarse de un servicio de bebidas a domicilio no presenta grandes condicionantes de ubicación, por lo que será posible su implantación en cualquier zona. Si bien se aconseja elegir una zona céntrica o bien comunicada, para que el reparto por la ciudad resulte más fácil.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

En este proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie de 30 m<sup>2</sup>. Como no vamos a atender al público en este local, no es necesario que el espacio se divida en varias zonas separadas. Las zonas de trabajo y de almacén se dispondrán en el mismo espacio dadas las características del negocio. Habrá que contar con un baño para cumplir lo establecido legalmente.

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

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

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

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo.

De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Para este negocio, y dado que no estará de cara al público, la reforma sería muy básica: enlosado de suelo, pintura de paredes y techo, aseo y cuadro de electricidad. Para el cerramiento del local utilizaremos una persiana metálica y un sistema interior de aluminio (puerta de vaivén con cerrojo). Para terminar podemos instalar un pequeño rótulo o luminoso en el que aparezca el número y la dirección para realizar los pedidos.

Estos costes pueden rondar los 6.300,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

## 6.2. Elementos de transporte

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

En este proyecto, consideraremos que se adquieren dos ciclomotores de 50 cc por 2.360,00 € (IVA incluido) aproximadamente según fuentes consultadas.

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

## 6.3. Equipamiento

Se engloban aquí los distintos elementos necesarios para el desarrollo de la actividad. En este caso, solo será necesario dotar a nuestro negocio con un congelador para almacenar las bolsas de hielo. Así, el precio de este elemento es de 569,00 € (IVA incluido).



## 6.4. Mobiliario

En este negocio consideramos que al tratar con el público directamente en el domicilio del mismo y no en nuestro local, el será muy básico y sin grandes estridencias. Se colocarán estanterías en las paredes como elemento fundamental de almacenaje. Según precios consultados en distintas tiendas, el mobiliario necesario básico es bajo. En dicho mobiliario incluiremos los siguientes elementos:

Concepto	Precio (IVA incluido)
Estanterías metálicas (6 unidades)	479,40 €
Mesa despacho	89,90 €
Silla giratoria	39,90 €
2 sillas de confidente	69,60 €
Caja portamonedas	30,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>708,80 €</b>

## 6.5. Equipo informático

Para este negocio, contaremos con un ordenador portátil con conexión a Internet, una impresora multifunción y un fax. De esta manera podremos recibir presupuestos y facturas de proveedores por esta vía. Según los precios vigentes en el mercado, el precio de estos equipos puede rondar los 2.204,00 € (IVA incluido).

De momento, no incluiremos en esta partida el coste que nos supondría hacer una página web, puesto que en principio, los pedidos se recibirán por vía telefónica. Más adelante, cuando el negocio comience a recibir un volumen importante de pedidos, sería conveniente crear una página web a través de la cual pudieran recogerse dichos pedidos.

## 6.6. Stock inicial y Consumibles

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de materia prima necesaria para la preparación de los pedidos. En esta primera compra se ha calculado para 80 pedidos de "packs completos".

Para ello, hemos de comprar: bebidas, refrescos, licores sin alcohol, hielo, bolsas de plástico. Además, en principio, vamos a regalar una bolsa de patatas fritas con cada pedido por lo cual también debemos comprar.

Por todo ello, la primera compra podría ser como mínimo de 2.200,00 € (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 2.320,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros aspectos. 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 900,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

## 6.8. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	522,00 €
Suministros	100,00 €
Sueldos	2.690,00 €
S.S.	369,60 €
Publicidad	50,00 €
Otros gastos	58,00 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>3.789,60 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>11.368,80 €</b>

## 6.9. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	5.431,03 €	868,97 €	6.300,00 €
Equipamiento	490,52 €	78,48 €	569,00 €
Mobiliario	611,03 €	97,77 €	708,80 €
Elementos de transporte	2.034,48 €	325,52 €	2.360,00 €
Equipo informático	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Stock inicial y Consumibles	1.896,55 €	303,45 €	2.200,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Fianzas	900,00 €	0,00 €	900,00 €
Fondo de maniobra	11.368,80 €	0,00 €	11.368,80 €
<b>TOTAL</b>	<b>26.632,41 €</b>	<b>2.298,19 €</b>	<b>28.930,60 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

### 7.1. Márgenes

Los márgenes con los que se trabaja en este sector varían en gran medida dependiendo de los precios por botella. Además, los descuentos que nos hagan los mayoristas por volumen de compras incidirán de manera importante sobre los márgenes brutos.

En este caso, se ha calculado el margen medio de los packs de bebidas alcohólicas (haciendo una media entre todas ellas) y el de resto de productos que entregamos a domicilio. Además, para hacer el reparto de ventas hemos supuesto que los packs, actividad central de nuestro negocio, supone un más de la mitad de los ingresos, siendo de un 45% el resto (licores sin alcohol, refrescos y hielo).

Atendiendo a las anteriores consideraciones, el cálculo del margen medio del negocio es el que se muestra a continuación:

Tipo de pedido	Reparto de ingresos	Margen	Margen medio
Pack de bebida con alcohol	55%	35,00%	19,25%
Licores sin	20%	42,18 %	8,44
Refrescos	10%	45,00 %	4,5%
Hielo	15%	50,00 %	7,5%
<b>Margen medio sobre ventas</b>	<b>100%</b>		<b>39,69%</b>

Además, a este margen habrá que restarle el 5% de consumo correspondiente al gasto en carburante de las motos para realizar el servicio a domicilio. De esta forma, el margen total bruto sobre los ingresos por ventas es del 34,69%, equivalente a un margen del 53,11% sobre el coste de las compras.

## 7.2. Estructura de costes

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

- **Costes variables:**

Los costes variables que se desprenden por la prestación del servicio de bebidas a domicilio están compuestos por el precio de compra de la mercancía (bebidas alcohólicas, licores sin alcohol, refrescos, hielo, vasos de plástico y bolsas) y el consumo de carburante de las dos motocicletas. Estos costes se estiman en un 65,31 % del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio se ha estimado un alquiler de 450,00 € mensuales. Hay que tener en cuenta que el precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local.

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

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono... También se incluyen servicios y otros gastos (material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 86,21 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 43,10 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se incluyen los sueldos y salarios y la Seguridad Social que corre a cargo de la empresa. El personal será el que se indicó en el apartado de organización y recursos humanos. En el momento en el que la demanda crezca, se contratará al personal que fuese necesario.

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

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor	1.570,00 €	0,00 € (*)	1.570,00 €
2 ayudantes	1.120,00 €	369,60 € (**)	1.489,60 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.690,00</b>	<b>369,60</b>	<b>3.059,60</b>

(\*) Incluye 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 parcial.

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores, como pueden ser los tributos o el seguro del ciclomotor. La cuantía estimada anual será de 600,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 50,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	5.431,03 €	10 %	543,10 €
Equipamiento	490,52 €	20%	98,10 €
Elementos de transporte	2.034,48 €	20%	406,90 €
Equipo informático	1.900,00 €	25 %	475,00 €
Mobiliario	611,03 €	20%	122,21 €
<b>TOTAL</b>			<b>1.645,31 €</b>

(\*) 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	2.000,00 €	33,3 %	666,67 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>666,67 €</b>

### 7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

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

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** Vendrán dados por el número de pedidos que realicemos.
- **Gastos:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un consumo del 65,31% 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	5.400,00
Suministros	1.034,52
Sueldos	32.280,00
S.S.	4.435,20
Publicidad	517,20
Otros gastos	600,00
Amortización del inmovilizado material	1.645,31
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>46.578,90</b>
<b>Margen bruto medio sobre ingresos</b>	<b>34,69 %</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>134.271,84 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 134.271,84 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 11.189,32 euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

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

Para financiar este negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.



## 9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	5.431,04 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	490,52 €	Fondos Ajenos	FA
Elem. de transporte	2.034,48 €		
Equipo informático	1.900,00 €		
Mobiliario	611,03 €		
Stock inicial	1.896,55 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	900,00 €		
Tesorería (*)	11.368,80 €		
IVA soportado	2.298,18 €		
<b>Total activo</b>	<b>28.930,60 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>28.930,60 €</b>

(\*) Se consideran 11.368,80 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	100.000,00	150.000,00	180.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 65,31%)	65.310,00	97.965,00	117.558,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>34.690,00</b>	<b>52.035,00</b>	<b>62.442,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	100.000,00	150.000,00	180.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	65.310,00	97.965,00	117.558,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>34.690,00</b>	<b>52.035,00</b>	<b>62.442,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>			
Alquiler	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.034,52	1.034,52	1.034,52
Otros gastos	600,00	600,00	600,00
<b>GASTOS DE PERSONAL (1)</b>			
Salarios + S.S.	36.715,20	36.715,20	36.715,20
<b>GASTOS COMERCIALES</b>			
Publicidad, promociones y campañas	517,20	517,20	517,20
<b>GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS</b>			
Asesoría			
<b>AMORTIZACIONES</b>			
Amortización del Inmovilizado	1.645,31	1.645,31	1.645,31
<b>GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67	666,67	666,67
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>46.578,90 €</b>	<b>46.578,90 €</b>	<b>46.578,90 €</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-11.888,90 €</b>	<b>5.456,10 €</b>	<b>15.863,10 €</b>

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

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.