

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE ALIMENTACIÓN**  
**PARA ANIMALES**

**Sector de Comercio**

Datos de 2007



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

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

## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

---

La actividad que se desarrolla en este tipo de negocio consiste básicamente en un establecimiento donde se venden alimentos para animales y mascotas. También se incluye la venta de una serie de accesorios (collares, correas, comederos, juguetes, etc.) relacionados con los animales domésticos.

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

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la Ley a diversas Directivas comunitarias. (BOE núm. 304, de 20-12-02).
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.
- Ley 6/2002, de 16 de diciembre, por la que se modifica la Ley 1/1996, de 10 de enero, del Comercio Interior de Andalucía, y se crea la Tasa por Tramitación de Licencias Comerciales.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

## 1.2. Perfil del emprendedor

El perfil idóneo se corresponde con personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos del funcionamiento del negocio. Es fundamental que a la persona emprendedora le gusten los animales.

También es importante que el emprendedor posea conocimientos sobre la alimentación que requiere cada especie de animal así como cuidados y crianza, genética y enfermedades.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

El sector económico de las mascotas es un sector en constante crecimiento. Actualmente, el gasto de los españoles en este mercado que abarca los alimentos, los accesorios, la higiene y la salud, supera los 700 millones de euros, un 6% más que en el año 2006, según información del departamento de Investigación y Estrategia de Mercados de Fira de Barcelona. En esto ha influido la mejora de la economía española y, por consiguiente, la dedicación de un mayor presupuesto al cuidado de las mascotas.

El mayor peso de este sector de mascotas lo ostenta la alimentación al gozar de un 72% de la facturación total del sector.

El sector de la alimentación para el mercado de mascotas es un sector muy dinámico y en constante crecimiento. Según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (ANFAAC) el total de volumen de las ventas del sector en el año 2006 ascendió a 456.371,38 €, correspondiendo casi un 53% de éstas a los canales de alimentación frente a los especializados. Para 2007 estas cifras se incrementaron en más de un 9% para el canal de gran consumo y en un 3,5% para el especializado.

Sin embargo, es fuertemente dependiente del sector de la venta de animales de compañía. En la sociedad española existe una fuerte demanda de animales de compañía, siendo la población que posee animales de compañía bastante numerosa, llegando a alcanzar entre un 40% y un 50% de los hogares españoles. Esta proporción se está incrementando en los últimos años.

Por último, destacar que dentro del mercado de la alimentación para mascotas, el mayor peso lo tienen la comida para gatos y para perros. Sin embargo, en los últimos años la comida para perros se ha revalorizado en un 10%, en contraposición a la comida para felinos que ha sufrido cierto retroceso.

## 2.2. La competencia

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

- *Tiendas de alimentos para animales* de similares características a las que se describe en este proyecto. Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio, por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación, ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en una zona cercana a la nuestra y apostar por la diferenciación.
- *Tiendas de animales y mascotas* que suelen incorporar una pequeña oferta de accesorios y alimentación para los animales.
- *Tiendas especializadas en especies de animales*. Son tiendas que venden un tipo de animal en concreto (pájaros, perros, peces, animales exóticos, etc.), sus accesorios y su alimentación correspondiente.
- *Hipermercados y grandes superficies comerciales*. Venden productos de alimentación y accesorios a precios más bajos.
- *Clínicas veterinarias*. Disponen de los mismos productos para animales.

## 2.3. Clientes

Cada día hay más personas que se deciden a tener un animal de compañía, por ello, el negocio se dirigirá al público en general que dispone de mascotas en su casa. Los alimentos que comercializaremos irán principalmente destinados a perros y gatos.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

En este tipo de empresa hay que optar por desarrollar una estrategia competitiva basada en la diferenciación de nuestro servicio, así como en un buen trato y servicio al cliente.

Algunas líneas estratégicas que se pueden seguir se exponen a continuación:

- **Variedad de oferta:** Tanto en los productos de alimentación como en los complementos correspondientes. Una idea innovadora que tiene cada vez mayor cabida en el mercado es la de comercializar golosinas para animales domésticos. Como se comentó en el sector, las personas dedican cada vez un mayor esfuerzo económico a los animales de compañía.
- Hay algunos negocios que están especializados en sólo una línea de productos; los que más abundan son los que venden comida para perros y para gatos exclusivamente.
- **Asesoramiento y atención al cliente:** Asesorar bien a los clientes a la hora de mantener a las mascotas. Para ello, tanto el emprendedor como los empleados de la tienda deben tener nociones de salud, alimentación e higiene animal.
- **Imagen del local:** Debe transmitir a los clientes una imagen de respeto hacia los animales; debe ser un lugar limpio e higiénico.
- **Ofrecer servicios alternativos:** Aunque en un principio hay que ir poco a poco, en el futuro, y dependiendo de la demanda y de nuestras posibilidades, se puede ir diversificando la oferta con servicios adicionales. Estos servicios que decidamos sumar a nuestra oferta no tenemos por qué ofrecerlos nosotros todos, sino que podemos alcanzar acuerdos con profesionales de esos campos. A continuación, indicamos algunas posibilidades que existen en el mercado:
  - Servicios veterinarios (puede servir para fidelizar a los clientes).
  - Adiestramiento.
  - Peluquería canina y lavado de animales.

- Guardería de animales.
- Piensos y alimentación a domicilio.
- Paseador de perros.
- Cursos de formación sobre temas relacionados con los animales (por ejemplo: educador de animales, peluquería canina, adiestramiento, monográficos sobre animales exóticos, etc.).

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

En los comienzos del negocio es recomendable empezar con unos productos de alimentación y accesorios, e ir poco a poco aumentando la oferta.

#### ALIMENTACIÓN

**Líneas Principales:** comida para perros y gatos.

**Otras líneas:** comida para otras especies de animales como tortugas, hamsters, pájaros y peces.

En principio, no incluiremos comida para especies exóticas, dejándolo como una línea posible a seguir en un futuro.

#### ACCESORIOS

Además, complementaremos la oferta con una gama de complementos para animales como: comederos, pelotas, collares y correas, bozales, peceras pequeñas, accesorios de coche y viajes, etc.

### 4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer productos de todo tipo a precios competitivos, es decir, acordes con los precios de las demás tiendas de alimentación para mascotas.

Además, la amplia gama de productos ofertados hace que en la misma tienda haya productos con precios muy dispares. También se suele recurrir de vez en cuando a ofertas y promociones en lo que se refiere a complementos y alimentación.



### 4.3. Comunicación

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación para el negocio son las que se exponen a continuación:

- Entrada y escaparate: Es importante este factor, ya que cuantos más clientes entren en el local más posibilidades de venta. El escaparate debe mostrar la personalidad de la tienda y así atraer a los clientes.
- El local debe reflejar una imagen que sea la esperada por el público objetivo, cuidando la decoración, la iluminación.
- El personal debe transmitir profesionalidad y experiencia, y debe estar lo suficientemente capacitado para asesorar al cliente en sus compras.
- Publicidad: puede hacerse a través de buzoneo por la zona donde se ubique el negocio, anuncios en prensa local, folletos en el local sobre ofertas, sobre nuevos productos en llegar o los más atractivos, anuncios en Internet en páginas del sector, en revistas, etc.
- Promoción: Promocionar algún acto relacionado con animales como, por ejemplo, un concurso de mascotas, sería una opción muy interesante.
- La atención amable al cliente y las buenas prestaciones del producto hacen que con el "boca a boca" vuelvan a comprar los clientes e inviten a ello a conocidos.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Para este negocio vamos a contar, en principio, únicamente con una persona, que será el emprendedor y, por tanto, estará en el Régimen de la Seguridad Social como autónomo.

Se dedicará a las tareas relativas a la gestión del negocio. Además atenderá a los clientes y les dará información y asesoramiento. Esta persona también será la encargada de las tareas administrativas básicas del negocio.

#### HORARIOS

El horario debe ser el habitual para los comercios, adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

### 5.2. Formación

Para este tipo de negocio no es necesario poseer ninguna titulación, aunque sí es fundamental poseer conocimientos sobre las especies de animales con las que se va a trabajar, qué alimentación necesitan, cuidados, enfermedades típicas, etc.

Además, se recomienda que la persona tenga actitudes y capacidades para la venta. Debe ser una persona dinámica, creativa y activa, que le guste el trato con los animales, y sea capaz de asesorar y orientar a los clientes.

Aparte de ello, la persona encargada de la gestión del negocio debería tener cierta experiencia o formación en dirigir un negocio, con conocimientos en las tareas administrativas, como gestión de inventarios, contabilidad, facturación, nóminas, etc. En caso contrario, muchas de estas tareas administrativas podrían encargarse a una asesoría externa.

## 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

En un negocio de este tipo, la ubicación es un aspecto fundamental. Para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público: zonas comerciales, dentro de un centro comercial, etc.

También puede ser interesante ubicarse en barrios residenciales nuevos o donde exista escasez de negocios de este tipo.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie de entre 40 y 80 m<sup>2</sup>, dependiendo de la cantidad y variedad de productos que se quieran poner a la venta y de los distintos complementos. Para este proyecto se ha considerado una superficie de 50 m<sup>2</sup>, los cuales habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

La mayor parte del local será para la tienda (30m<sup>2</sup>), quedando después el aseo (5m<sup>2</sup>), el almacén (10m<sup>2</sup>) y oficina (5m<sup>2</sup>).

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres, etc.
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 15.400,00 € (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

Debe conseguirse la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio. Además debe resultar cómodo para los clientes. La decoración debe estar supeditada a conseguir la mayor limpieza e higiene posible en el local. Los muebles deben ser, por tanto, fáciles de limpiar.

El mobiliario básico para este negocio estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación:

- Mostrador.
- Muebles expositores y estanterías (tanto para la tienda como para el almacén).
- Silla alta para el mostrador.
- Mesa, archivador y sillas para la pequeña oficina.

El coste por estos elementos puede rondar los 3.480,00 € (IVA incluido) aproximadamente. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

### 6.3. Adquisición del stock inicial

Con la compra inicial básica, según empresas del sector, sólo se cubriría una serie de productos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses a ampliar el surtido.

Esta primera compra, según los expertos, se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
ALIMENTOS Y ACCESORIOS	10.000,00 €	1.600,00 €	11.600,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, desinfectantes...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>10.600,00 €</b>	<b>1.696,00 €</b>	<b>12.296,00 €</b>

### 6.4. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

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

### 6.5. 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 1.900,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

#### FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 1.300,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

### 6.6. Fondo de maniobra

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

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

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	754,00 €
Suministros	145,00 €
Sueldos	1.290,00 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	127,60 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>2.537,00 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>7.611,00 €</b>

## 6.7. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	13.275,86 €	2.124,14 €	15.400,00 €
Mobiliario y decoración	3.000,00 €	480,00 €	3.480,00 €
Stock inicial y materiales	10.600,00 €	1.696,00 €	12.296,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	1.300,00 €	0,00 €	1.300,00 €
Fondo de maniobra	7.611,00 €	0,00 €	7.611,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>39.336,86 €</b>	<b>4.868,14 €</b>	<b>44.205,00 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Al comercializar una gran variedad de productos el abanico en el que se mueven los márgenes comerciales es muy amplio, siendo según datos del sector:

- entre un 25% y un 35% para alimentación,
- y entre un 50% y un 60% para los accesorios y complementos.

Para nuestro proyecto hemos considerado un margen medio para el conjunto de las actividades del 42,50% sobre los ingresos.

### 7.2. Estructura de costes

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

- **Costes variables:**

Los costes variables (consumo mensual de mercadería) se estiman en un 57,50% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50 m<sup>2</sup>. 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 650,00 €.

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

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, etc.). Estos gastos se estiman en unos 125,00 € mensuales.



- **Gastos comerciales:**

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

- **Gastos por servicios externos:**

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

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.290,00 € (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.290,00 € (*)	0,00 €	1.290,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.290,00 €</b>	<b>00,00 €</b>	<b>1.290,00 €</b>

(\*) Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo está incluida en el sueldo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 1.320,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 110,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	13.275,86 €	10 %	1.327,59 €
Mobiliario y decoración	3.000,00 €	20 %	600,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>2.340,09 €</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	1.900,00 €	33,3 %	633,33 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>633,33 €</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:** Estos ingresos vendrán dados por las ventas de productos de alimentación y accesorios.
- **Gastos:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste variable del 57,50% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	7.800,00 €
Suministros	1.500,00 €
Sueldos	15.480,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otro gastos	1.320,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.340,09 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>31.353,42 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>42,5 %</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>73.772,75 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 73.772,75 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 6.147,73 euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

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

Para financiar el negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos... Cuál 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	13.275,86 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.000,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	1.300,00 €		
Stock inicial y materiales	10.600,00 €		
Tesorería (*)	7.611,00 €		
IVA soportado	4.868,14 €		
<b>Total activo</b>	<b>44.205,00 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>44.205,00 €</b>

(\*) Se consideran 7.611,00 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	60.000,00	80.000,00	100.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 57,5%)	34.500,00	46.000,00	57.500,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>25.500,00</b>	<b>34.000,00</b>	<b>42.500,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	95.000,00	115.000,00	135.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	61.748,46	74.748,13	87.747,81
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>33.251,54</b>	<b>40.251,87</b>	<b>47.252,19</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	7.800,00	7.800,00	7.800,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Otros gastos	1.320,00	1.320,00	1.320,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario y S.S.	15.480,00	15.480,00	15.480,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.140,00	1.140,00	1.140,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.140,00	1.140,00	1.140,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.340,09	2.340,09	2.340,09
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>31.353,42</b>	<b>31.353,42</b>	<b>31.353,42</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-5.853,42</b>	<b>2.646,58</b>	<b>11.146,58</b>

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

(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.