

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE ARTÍCULOS ÉTNICOS**

**Sector de Comercio**

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

---

La actividad que se desarrolla en este tipo de negocio es la venta de una amplia variedad de artículos que van desde la bisutería y los complementos hasta artículos de decoración del hogar importados de lugares exóticos como La India, Marruecos, etc.

### 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. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

### 1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no presenta grandes dificultades para llevarlo a cabo puesto que no requiere experiencia previa ni formación.

El perfil idóneo se corresponde con personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio.

Es importante que la persona se sienta identificada con el estilo de este tipo de artículos pues es un factor importante a la hora de venderlos.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

Los pueblos indígenas conforman el 95 por ciento de la diversidad cultural del mundo. Son ellos quienes "contribuyen a la diversidad y riqueza de las civilizaciones y culturas, que constituyen el patrimonio común de la Humanidad", tal como recoge el proyecto de Declaración de Naciones Unidas sobre los Pueblos Indígenas (1995) en su apartado introductorio. De esta manera, se conforma una unidad en la diversidad, que contribuye a favorecer la pasión de muchas personas por los artículos que se relacionan con estos pueblos. Dicha diversidad no hace sino favorecer la oferta de productos que se pueden ofrecer en este tipo de negocios.

Según el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), con respecto al sector específico de los complementos de decoración, que es uno de los sectores en el que se puede incluir el negocio de la tienda étnica, se puede observar que China es el primer país desde el que importamos con un total para el año 2006 de 60.820.000 euros.

A continuación se muestra una tabla ejemplo de las importaciones de España de complementos de decoración (importes en miles de euros):

Orden	País	Importe	Orden	País	Importe
1	CHINA	60.820	26	MEXICO	142
2	FRANCIA	21.089	27	SUIZA	129
3	ALEMANIA	5.869	28	BRASIL	120
4	INDIA	5.540	29	RUMANIA	103
5	ITALIA	5.272	30	COLOMBIA	97
6	INDONESIA	3.978	31	IRLANDA	92
7	AUSTRIA	3.709	32	COREA DEL SUR	74
8	VIETNAM	3.136	33	BIRMANIA	71
9	TAILANDIA	2.349	34	SRI LANKA	71
10	FILIPINAS	2.003	35	DINAMARCA	69
11	PORTUGAL	1.740	36	MALASIA	67
12	PAISES BAJOS	1.737	37	RUSIA	57
13	REPUBLICA CHECA	1.689	38	SUDAFRICA	57
14	TAIWAN	1.549	39	ARGENTINA	56
15	BELGICA	1.315	40	KENYA	46
16	HONG KONG	815	41	PERU	42
17	REINO UNIDO	693	42	ECUADOR	39
18	ESTADOS UNIDOS	634	43	BANGLADESH	37
19	MARRUECOS	541	44	HUNGRIA	35
20	TURQUIA	388	45	COSTA DE MARFIL	34
21	POLONIA	342	46	SAN MARINO	33
22	SUECIA	320	47	FINLANDIA	31
23	JAPON	250	48	GRECIA	23
24	AUSTRALIA	243	49	MALI	23
25	MADAGASCAR	199	50	EGIPTO	23

Fuente: ICEX. Abril 2006.

La comercialización de este tipo de artículos ha dado lugar a la aparición de establecimientos especializados, que aglutinan en el mismo punto de venta una amplia variedad de propuestas para todos los gustos y edades.

A la hora de decidirse por un negocio de este tipo se puede escoger entre dos opciones: establecerse por propia cuenta o recurrir a una franquicia.

La opción de la franquicia puede ser muy adecuada para las personas que consideren complicado introducirse en el mercado de este tipo de artículos o quieran contar con el respaldo de una firma ya consolidada en el sector.

Estas franquicias se especializan en distintos artículos: complementos y bisutería (Quindío, Bijú), artículos naturales (Natura Selection), etc.

En cualquier caso, hay que tener presente que la opción de la franquicia supondrá una mayor inversión que iniciar la actividad de modo independiente.

## 2.2. La competencia

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

- *Tiendas de similares características a las del negocio 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 esa zona y apostar por la diferenciación.
- *Bazares multiprecio.* Este tipo de tiendas es un gran competidor, pues ofrecen una gran variedad de productos importados (sobre todo de China y Marruecos) a un precio muy competitivo.
- *Otros establecimientos que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial:* fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes.
- *Otras tiendas que ofrecen los mismos artículos aunque no de origen étnico.* Estas tiendas pueden satisfacer la misma necesidad aunque, quizás, no al mismo tipo de clientes.
- *Cadenas de franquicias que se especializan en distintos artículos,* por ejemplo: bisutería, complementos, artículos de ocio, etc.

## 2.3. Clientes

El negocio se dirigirá al público general tratando de adecuar la oferta a todas las posibilidades que demanden los clientes. Aunque algunos artículos, sobre todo de bisutería y complementos de vestir, estarán dirigidos principalmente a mujeres jóvenes interesadas en la imagen personal y los complementos.

Los artículos étnicos pueden gustar a personas de estilos de vida diferente, si bien hay un patrón que las caracteriza a todas ellas: forma de vestir, gustos musicales, etc.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

En la actualidad, el éxito de un negocio como el que se propone se basa en conseguir la satisfacción del cliente mediante una oferta adecuada a sus necesidades y una buena atención.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Precios** competitivos. Esto es posible conseguirlo gracias a la importación de estos artículos de países en los que los precios de los productos son más bajos.
- **Amplitud de horarios y de oferta**, que el cliente pueda encontrar lo que desea. Para ello, es conveniente ir diversificando la oferta en función de las necesidades que se vayan detectando en los clientes. Se pueden incorporar nuevas líneas de productos como: juguetes, puzzles, maquetas, postales, artesanía, inciensos, complementos, etc.
- **Localización**. Ésta es muy importante para cualquier tienda y, en este caso concreto, se hace imprescindible pues una de sus máximas herramientas de comunicación será la de llamar la atención de las personas que pasen por delante. Por ello, es recomendable situar este negocio en una calle en la que haya mucha actividad y afluencia de público.
- **Imagen y distribución del establecimiento**. Es muy importante la imagen que se transmite a través de todos los elementos del negocio, siendo necesario cuidar con detalle el diseño tanto exterior como interior de la tienda.

Respecto al diseño exterior, es muy importante contar con un amplio escaparate donde se expongan todas las líneas de artículos y que actúe de carta de presentación. El diseño interior también debe ser cuidado, exponiendo la variedad de artículos que se ofrecen. Debe transmitir un ambiente exótico y aires de otros países. Estos efectos pueden conseguirse mediante la iluminación, los sonidos y los aromas.

- **Uso de las técnicas de marketing.** Para asegurar las ventas se hace necesario desarrollar determinadas acciones de marketing destinadas a dar a conocer al establecimiento así como a los distintos artículos que componen la oferta.

Para ello se pueden usar las distintas técnicas de marketing como pueden ser anuncios, folletos... aunque la mejor fórmula consiste en la búsqueda de la satisfacción de cliente a través del asesoramiento y la atención especializada.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio se pueden agrupar en diversas líneas que pueden ser clasificadas en función del lugar del que proceden los artículos.

De esta forma, se ofrece la siguiente clasificación orientativa de los artículos que se pueden ofrecer en este tipo de negocios:

- África: dentro de esta línea se pueden incluir gran variedad de artículos, entre ellos:
  - Marroquinería.
  - artículos Tuareg: joyas, instrumentos.
  - Tapices, alfombras.
  - Máscaras, figuras, tallas de madera, velas.
  - Inciensos, velas, aceites aromáticos.
  
- Oriente: hay que intentar ofrecer dentro de esta línea productos de calidad para que los clientes los diferencien de los artículos que venden los bazares multiprecios asiáticos. De esta forma, podrían ofrecerse joyas, esculturas budistas, complementos decorativos móviles, juegos de lógica, instrumentos musicales, lámparas, etc.
  
- Arabia: juegos árabes de tetera y vasitos de cristal, joyas, etc.
  
- Mediterráneo/Egipto: en esta línea destacan, sobre todo, joyas y papiros decorativos, música de relajación.



- Norte de Europa: hay que se incluirían todos los artículos relacionados con la cultura celta: artesanía, joyas, etc.
  
- América: Esta línea se dividiría en dos grupos:
  - Indios de América: collares, pendientes con plumas, figuras, puzzles, cuadros, etc.
  - América del Sur: donde se encuentran los artículos de mayas, aztecas e incas (figuras, pinturas, cajas decorativas, etc.)

Además, podría, en un futuro, ampliarse la oferta y comercializar una pequeña gama textil proveniente de estos países, como kaftanes, kimonos, zancos, pantuflas, etc.

## 4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos. La fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tipo y calidad de los artículos que se vendan, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

Además, la amplia gama de productos ofertados hace que en la misma tienda haya productos con precios muy dispares (entre 1 y 300 euros).

### 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:

- Técnicas de merchandising y escaparatismo. El escaparate y la fachada exterior deben contener elementos exóticos que capten la atención de los viandantes. El local debe reflejar una imagen totalmente identificada con los artículos que comercializa. Las vitrinas de exposición y venta deben ofrecer todo el surtido a disposición del cliente de manera cómoda. Es recomendable disponer vitrinas con luz propia que contribuyan a crear ese ambiente étnico que necesita este negocio. Los colores, sonidos e iluminación, pueden provocar la compra impulsiva del público que entra en la tienda.
- El personal debe transmitir profesionalidad, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Publicidad: buzoneo por la zona donde se ubique el negocio; folleto en el local sobre ofertas mensuales; mailing a empresas; Páginas Amarillas, etc.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el "boca a boca" sea la mejor publicidad para el negocio.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Este es un negocio que generalmente para su funcionamiento normal necesita de una única persona a tiempo completo. Esta persona estará en el Régimen de la Seguridad Social como autónomo y será quién gestione el negocio, atienda a los clientes, etc.

En algunas ocasiones puede ser necesario contar con personal de apoyo: en épocas del año donde la rotación de artículos es mayor, por ejemplo, Navidad y rebajas. Para ello, se puede contratar a una persona para estas ocasiones.

#### HORARIOS

En cuanto a los horarios, el horario de apertura al público debe ser horario comercial habitual adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

## 5.2. Formación

No es necesaria una formación específica, pero es conveniente que el personal de cara al público tenga la simpatía y el carácter apropiado para el trato a los clientes. Para ello es conveniente la experiencia o la formación mediante cursos de ventas y atención al cliente.

Además, sería recomendable que la persona tuviera un vasto conocimiento sobre las culturas de otros países, su historia, ritos, en pos de una mejor venta de los artículos. Lo ideal es que hubiera viajado a alguno de los países de los que importa y reflejara en su atención al cliente la relación que en estos viajes tuvo con los productos que ahora vende.

A parte de ello, la persona encargada de la gestión del negocio deberá tener cierta experiencia o formación en:

- Funcionamiento del negocio.
- Gestión de inventarios, informática de gestión, etc.
- Optimización del negocio.

Muchas de las tareas administrativas pueden encargarse a una asesoría (contabilidad, nóminas, impuestos, etc.).

## 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

Para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público como son los centros comerciales y sus proximidades o las calles comerciales.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de unos 40 m<sup>2</sup> que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

Para lograrlo es recomendable que la mayor parte del local sea tienda, exceptuando el aseo (exigido legalmente), de este modo se conseguirá aprovechar al máximo la superficie del local para tener expuesta toda la mercancía, mediante los expositores, las vitrinas y el resto del mobiliario.

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

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

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

Estos costes pueden rondar los 14.850,00 € (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 su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada y de modo que toda persona que entre en el establecimiento pueda apreciar la variedad que se ofrece. Todo el mobiliario debe estar en armonía y transmitir un ambiente exótico.

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

- Mostrador.
- Muebles expositores y estanterías.
- Vitrinas con luz propia.

El coste por estos elementos, dado que los elementos de la tienda serán especiales (diseños étnicos), puede rondar los 4.000,00 € (IVA incluido) aproximadamente.

### 6.3. Adquisición del stock inicial

Con la compra inicial básica, según empresas del sector, sólo se cubriría 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.

Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA	9.000,00 €	1.440,00 €	10.440,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>9.600,00 €</b>	<b>1.536,00€</b>	<b>11.136,00 €</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 1.798,00 € (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 880,00 € (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	510,40 €
Suministros	139,20 €
Sueldo	1.250,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	104,40 €
Otros gastos	81,20 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>2.189,60 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>6.568,80 €</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	12.801,72	2.048,28	14.850,00
Mobiliario y decoración	3.448,28	551,72	4.000,00
Stock inicial y materiales	9.600,00	1.536,00	11.136,00
Equipo informático	1.650,00	264,00	1.914,00
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00	248,00	1.798,00
Fianzas	880,00	0,00	880,00
Fondo de maniobra	6.568,80	0,00	6.568,80
<b>TOTAL</b>	<b>36.498,80 €</b>	<b>4.648,00 €</b>	<b>41.146,80 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Al comercializar una gran variedad de artículos, el abanico en el que se mueven los márgenes comerciales es muy amplio pudiendo ir desde el 40% en unos artículos al 100% en otros.

Siguiendo las recomendaciones del sector para un negocio como el que proponemos, en el que la línea principal está compuesta por complementos decorativos y bisutería, el margen medio deberá ser del 80 al 90% sobre el precio de compra de la mercancía, reduciéndose en épocas de rebajas. Hay que tener en cuenta que la mercancía es muy barata en los países de origen, pero también depende del mayorista con el que tratemos y los acuerdos comerciales a los que lleguemos en materia de importación (transportes, Incoterms, etc.).

Considerando los posibles deterioros, devoluciones y rebajas, hemos usado un margen anual del 70% sobre el precio de compra para realizar el estudio. Este margen es equivalente a un margen del 41,18% sobre ventas.

### 7.2. Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 58,82% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 70% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 40 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 440,00 €.

- **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 (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 120,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.250,00€ (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo e incluye prorrateadas las pagas extraordinarias).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.250,00 € (*)	0,00 €	1.250,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.250,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.250,00 €</b>

(\*) Incluye la Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo

En las épocas en las que fuera necesario contar con personal de apoyo, se podría contratar a un empleado para refuerzo de las ventas.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 840,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 70,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.801,72 €	10 %	1.280,17 €
Mobiliario y decoración	3.448,28 €	20 %	689,66 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>2.382,33 €</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	1.550,00 €	33,3 %	516,67 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>516,67 €</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:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 58,82% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUNTÍA
Alquiler	5.280,00 €
Suministros	1.440,00 €
Sueldo	15.000,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	840,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.382,33 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>27.619,00 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>41,18%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>67.068,97 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 67.068,97 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 5.589,08 euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

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

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

## 9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 9.1. Balance de situación inicial

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

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	12.801,72 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.448,28 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	880,00 €		
Mercancía y materiales	9.600,00 €		
Tesorería (*)	6.568,80€		
IVA soportado	4.648,00 €		
<b>Total activo</b>	<b>41.146,80 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>41.146,80 €</b>

(\*) Se consideran 6.568,80 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	60.000,00	80.000,00	100.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 58,82%)	35.292,00	47.056,00	58.820,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>24.708,00</b>	<b>32.944,00</b>	<b>41.180,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	60.000,00	80.000,00	100.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	35.292,00	47.056,00	58.820,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>24.708,00</b>	<b>32.944,00</b>	<b>41.180,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	5.280,00	5.280,00	5.280,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Otros gastos	840,00	840,00	840,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario	15.000,00	15.000,00	15.000,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080,00	1.080,00	1.080,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.382,33	2.382,33	2.382,33
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>27.619,00</b>	<b>27.619,00</b>	<b>27.619,00</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-2.911,00</b>	<b>5.325,00</b>	<b>13.561,00</b>

(1) Se ha considerado que durante este primer año no se va a contratar a ningún empleado, por lo que 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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.