

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TIENDA DE CAMISETAS
PERSONALIZADAS**

Sector de Comercio

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

La actividad que desarrolla este negocio es, principalmente, la venta de camisetas personalizadas al gusto o necesidad del cliente. También podrán personalizarse otro tipo de prendas.

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 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- 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 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 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

Por otra parte, también serán de obligado cumplimiento las normas referentes a la seguridad en el trabajo y a la prevención de riesgos laborales. Entre estas normas destacan:

- Real Decreto 1495/1986, de 26 de mayo, por el que se aprueba el reglamento de Seguridad en las Máquinas.

- Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, BOE nº 269 de 10 de noviembre de 1995.
- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
- Real Decreto 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de señalización de seguridad y salud en el trabajo.
- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- Real Decreto 374/2001, de 6 de abril, sobre la protección de la seguridad y salud de los trabajadores contra los riesgos relacionados con los agentes químicos durante el trabajo.

1.2. Perfil del emprendedor

El perfil suele corresponderse con personas jóvenes con formación en serigrafía.

También es necesario que las personas que vayan a desarrollar este negocio tengan habilidades en la atención al cliente, dotes comerciales y un buen desempeño del trabajo.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 El sector

La serigrafía, termo-impresión y transfer digital van haciéndose cada vez un hueco más grande dentro del mundo gráfico. Según datos extractados de una entrevista realizada por el portal Interempresas.net al vicepresidente del Salón Internacional de las Industrias y Comunicaciones Gráficas, Graphispag, la serigrafía, la tampografía y su entorno digital han tenido una destacada participación tanto en la exposición comercial como en las actividades paralelas. La serigrafía es un sistema de impresión en constante crecimiento gracias a la continua aparición de nuevos materiales. El hecho de que la serigrafía sea una técnica aplicable a muchos tipos de superficies ha provocado que sea muy demandada por el mercado. Esto se debe, entre otras razones, a la utilización de ciertos materiales que son más respetuosos con el medioambiente y más económicos y que, por lo tanto, se constituyen como elementos muy valorados para la comunicación gráfica.

En general, en el mercado gráfico, existe una tendencia creciente hacia la demanda de tiradas cada vez más cortas y de mayor calidad. Como respuesta a esta tendencia, las empresas que se incluyen dentro de este sector introducen innovaciones constantemente, adaptando sus equipos y formando continuamente a la plantilla con el fin de flexibilizar y optimizar sus procedimientos productivos, satisfaciendo de esta forma la demanda del mercado. La competitividad en este sector viene muy marcada por la innovación tecnológica.

2.2 La competencia

Hay que distinguir tres tipos principales de competidores:

- *Otras tiendas de camisetas personalizadas ubicadas en la zona de influencia del establecimiento.* Estos comercios van a ser la competencia directa de negocio. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para su ubicación.

- *Comercios independientes.* Se trata de establecimientos que incluyen entre sus servicios la impresión de fotografías en camisetas, tazas, bolsos, cojines, etc. Estos negocios no son una competencia tan directa ya que sólo incluyen fotografías. Entre estos establecimientos se encuentran las papelerías y las tiendas de revelado fotográfico.
- *Centros de servicios especializados en serigrafía, termo-impresión o transfer digital.* Se trata de establecimientos que prestan estos servicios principalmente a empresas y otros colectivos en todo tipo de materiales. Como ejemplo podemos poner el servicio de impresión, bordado... de logotipos en los uniformes de colegios privados. Se trata de empresas más grandes que ofrecen un servicio muy especializado pero que no suelen dedicarse a la comercialización de las prendas como la tienda que se describe en este estudio.

2.3 Clientes

Los clientes a los que irá dirigido este negocio estarán constituidos principalmente por particulares, es decir, personas o grupos de personas que utilizan este servicio bien para uso diario, venta o para un evento especial (despedidas de soltero/a, cumpleaños, etc.). Por otra parte, ofreceremos un servicio más profesional a empresas y otros colectivos pero de forma puntual y sobre pedido. Entre este segundo grupo de clientes, nos podemos encontrar los siguientes:

- *Empresas.* Algunas empresas necesitan puntualmente comprar camisetas para eventos sociales o deportivos, publicidad, etc.
- *Clubes deportivos.* Pueden necesitar este servicio para implantar en sus camisetas números, nombres, escudo, sponsors, etc.
- *Diversas asociaciones.* Se incluyen asociaciones de vecinos, padres y madres, de la tercera edad, etc.

A estos clientes siempre los atenderemos por encargo mostrándoles para ello un catálogo de los productos que pueden ser personalizados.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Hay diversos enfoques estratégicos que puede adquirir una empresa dedicada al sector de la serigrafía. Para simplificar consideraremos una decisión estratégica fundamental que se basa en dos alternativas. Deberemos plantearnos si queremos establecernos como un comercio dedicado a la venta de ropa serigrafiada o si bien queremos enfocar el negocio hacia la prestación del servicio, sin comercializar ningún artículo. De esta decisión depende la definición de todo lo demás. En este proyecto vamos a estudiar un negocio dedicado a la venta al por menor de prendas personalizadas (principalmente camisetas). Sin embargo, intentaremos ofrecer un producto ampliado, es decir, no sólo nos limitaremos a vender las prendas serigrafiadas sino que además prestaremos el servicio de serigrafiado en prendas traídas por los propios clientes si es que no encuentran en la tienda una que les satisfaga.

Por otra parte, entre los aspectos clave para conseguir el éxito se encuentran los siguientes:

1. Imagen y prestigio de la empresa.

Hay que procurar conseguir que los clientes perciban una buena imagen del negocio y de su nombre. La mejor forma de diferenciarse de la competencia es ofrecer calidad, cumplir con los plazos, dar un trato personalizado y exquisito a los clientes. También es muy importante crear una imagen corporativa. Además, es necesario seguir unos criterios de interiorismo, imagen y exposición de los artículos para asegurar una buena imagen y lograr un ambiente agradable que favorezca la venta. Es importante que el negocio sepa transmitir qué es lo que ofrece.

En este sentido es necesario no sólo cuidar la imagen interna del establecimiento sino también contar con un buen escaparate que sirva tanto de carta de presentación como de reclamo. Debe cuidarse la accesibilidad de todos los elementos del local de modo que éste sea accesible para cualquier persona. Para ello deben evitarse todo tipo de barreras como escaleras, puertas estrechas...

2. Estabilidad de las relaciones.

El objetivo de la empresa debe ser el de conseguir, no sólo captar a los clientes, sino fidelizarlos. Para ello, se deben transmitir garantías de trabajo bien hecho. Hacer trabajos con calidad supone un importante valor añadido que genera confianza y logra atraer y mantener a muchos clientes.

3. Ofrecer un amplio abanico de servicios.

Al comienzo de la actividad, el negocio se irá enfocado a la serigrafía, termoimpresión y transfer digital en prendas de vestir, principalmente en camisetas para abarcar un volumen de negocio que el emprendedor pueda desarrollar. A medida que el negocio vaya madurando, puede ampliar los productos personalizados incluyendo otras prendas de vestir (como ropa interior, bolsos), tazas, llaveros, etc. Además, puede ofrecer otros servicios como el de grabado.

4. Preparación del personal.

La atención a los clientes es un aspecto clave para el éxito de cualquier negocio.

Es muy importante que las personas implicadas estén motivadas y sean flexibles y capaces de adaptarse a los cambios intentando mejorar cada día la calidad y el servicio.

5. Acuerdos con proveedores.

Establecer acuerdos con los proveedores de las prendas para que las proporcionen en el momento que sean necesarias y negociar descuentos por volumen de compras.

De esta forma, podríamos disminuir el precio de la unidad cuando el cliente compre una determinada cantidad.

6. Información.

Para conseguir una imagen seria y profesional es conveniente contar con un servicio de atención al cliente para resolver sus dudas y conocer sus quejas y las posibles mejoras del negocio. Estas acciones se podrán llevar a cabo a través del teléfono o del correo electrónico.

En este sentido, es fundamental en estos negocios dar una respuesta rápida y sin compromiso para los clientes.

7. Página Web.

También es importante tener una página Web para que los interesados puedan acceder a información sobre la empresa y los servicios ofertados e incluso puedan enviar el dibujo, mensaje o fotografía que quieran que aparezca en su camiseta vía e-mail. Además, esto sirve para que los clientes puedan hacer consultas acerca de las gestiones que desean hacer y lo que puede costarles.

4. PLAN COMERCIAL

4.1 Artículos y desarrollo de las actividades

Este es un negocio dedicado a la venta minorista. El producto que comercializará estará formado por camisetas de señora, de caballero e infantiles. Además, las ofrecerá de diferentes diseños y colores, todas ellas de color liso para poder estampar en ellas el motivo que elija el cliente. A medida que vayamos obteniendo beneficios iremos ampliando el surtido con otro tipo de prendas como bolsos, monederos, etc.

Por otra parte y, siempre con vistas a dar un valor añadido a nuestro negocio, ofreceremos el servicio de estampación de letras, dibujos o fotos no sólo en las camisetas comercializadas por la tienda sino también en aquellas prendas que sean traídas por el propio cliente en caso de que no haya optado por comprar en la tienda. En principio siempre deberán ser prendas aptas para los equipos de los que disponemos. Más adelante, cuando crezca el negocio, se podrán introducir máquinas especializadas en personalizar otro tipo de superficies y formas.

Actualmente, existen muchas técnicas de impresión para ropa, en este negocio se utilizarán tres:

- **Serigrafía**

La serigrafía es el método de reproducción de imágenes (se realiza sobre muchos tipos de materiales), consistente en transferir una tinta a través de una malla de seda. El paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no hay imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta.

Para realizar este proceso se utiliza un dibujo o *fotolito*, el cual será insolado sobre la emulsión o barniz (producto fotosensible) de una pantalla (marco de madera con tela). Se necesitará una pantalla por color. Es por ello, que para fotografías o dibujos con muchos colores, este sistema resulta costoso puesto que se necesita mucho material y el coste de producción de los fotolitos es elevado.

- **Termoimpresión**

Esta técnica se realiza mediante una plancha térmica. Con ella lo que se trata es de adherir el vinilo al tejido a través del derretimiento del adhesivo que contiene. El vinilo se corta un plotter y se aplica sobre la prenda a una temperatura de 170° durante 15 segundos.

- **Transfer digital**

Es un papel con silicona en el que se imprime el diseño que queramos con una impresora láser color. Éste se estampa mediante plancha térmica. Debido a que no existe la tinta blanca, hay dos tipos de transfer: para prenda clara y oscura.

4.2 Precios

Al no haber un límite fijado por ley, cada empresa estipula sus tarifas. Sin embargo, la estrategia de precios para una empresa como la que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer un servicio de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia.

Además deberemos distinguir entre las dos líneas de negocio que ofrecemos:

- Por un lado se ofrecen camisetas para caballero, señora y niños. El precio de estas variará entre los 4 € y los 25 € dependiendo del modelo y calidad de la prenda y del tipo de estampado (si lleva más de un color, técnica utilizada, etc.).
- Por otro lado, se ofrece el exclusivamente servicio de personalización de prendas a través de dibujos o fotografías para aquellos clientes que deseen traer su propia prenda. El precio de este servicio variará en función de la técnica seleccionada, de la cantidad de colores necesaria y del color de la prenda. Las tarifas para este servicio suelen moverse entre los 2 € y los 9 €.

Es importante hacer promociones de precios, sobre todo al principio, para penetrar en el mercado.

4.3 Comunicación

Para la promoción pueden usarse diversos medios. De entre ellos destacaremos los siguientes:

- *Anuncios en prensa y en directorios comerciales* de la localidad. Esta herramienta supone una buena alternativa, ya que es relativamente económica y llega a muchos clientes potenciales del negocio. Actualmente, los anuncios en prensa de difusión gratuita se presentan como una opción eficaz.
- Para llegar de una forma más directa a los clientes potenciales, una de las técnicas más habituales es, a la hora de la inauguración de la tienda, realizar un *mailing personalizado* a todas las personas conocidas por nosotros para informarles de la apertura del negocio. También podemos enviar publicidad a través del *buzoneo* y crear para ello un folleto con los artículos más atractivos.
- La *creación de una página web* para que los clientes conozcan los servicios que ofrece la empresa es una opción muy interesante. Además, esto contribuye a mejorar la imagen de la empresa puesto que es importante tener presencia en un medio tan utilizado actualmente como es Internet.
- Destacaremos así mismo la *comunicación que se realiza en el propio punto de venta* y que es fundamental. Para conseguir esto deberemos tener en cuenta tres elementos fundamentales: Por una parte, el vendedor debe estar perfectamente preparado para asesorar del mejor modo al cliente. Por otra parte, otro elemento clave a la hora de atraer a los clientes es el escaparate. Por ello, es necesario tener conocimientos de *escaparatismo* (iluminación, colores, formas, composición, estilos...). Y por último, un elemento que ayudará a mantener la imagen corporativa de nuestra tienda es la publicidad a través de las *bolsas de la tienda*. Es un tipo de publicidad muy eficiente y de reducido coste, teniendo en cuenta aspectos tales como la forma, el diseño y los materiales, entre otros.

Sin embargo, la mejor publicidad para este tipo de negocios es el *boca a boca* que transmiten los clientes satisfechos. Por este motivo, proporcionar un servicio de calidad informando y solucionando las posibles preguntas de los clientes es la mejor estrategia publicitaria que se puede desarrollar.

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 de 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 de mayor demanda como por ejemplo, Navidad, San Valentín... Para ello, se puede contratar a una persona para estas ocasiones.

HORARIOS

En cuanto a los horarios, la persona encargada deberá estar a tiempo completo y el horario de apertura al público debe ser horario comercial habitual adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

5.2 Formación

El gerente del negocio debe poseer conocimientos sobre la gestión del negocio y dotes comerciales. Lo recomendable para esta persona es que posea una titulación en el Ciclo Formativo Superior de Técnico en Serigrafía o Impresión en Artes Gráficas.

Así mismo, debe tratarse de una persona con habilidades sociales y negociadoras.

Además, determinadas tareas administrativas y contables podrá encargárselas 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 para la puesta en funcionamiento del negocio 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 de unos 50 m² que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

Es conveniente que el local disponga de zona de tienda, probador, taller y aseo. Es recomendable que la mayor parte del local sea taller. De esta forma, la superficie quedará distribuida de la siguiente forma:

- Zona de tienda con una superficie aproximada de unos 15 m².
- Un taller de unos 28 m² aproximadamente.
- Probador de 2 m².
- Aseo de 5 m².

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 16.820,00 € (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 objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad cuidando al mismo tiempo todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Además, 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.

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

- Mostrador.
- Silla giratoria.
- Estanterías.
- Taburete.
- Espejo.
- Percheros.

- Maniqués bustos.
- Mesas para el taller.

El coste por estos elementos puede rondar los 3.500,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3 Adquisición del stock inicial

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe estar perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible de manera que se garantice un buen surtido de artículos pero evitando almacenamientos innecesarios.

En este sentido, para la compra de la mercancía es conveniente acudir a mayoristas especializados en el sector.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
Camisetas	3.000,00 €	480,00 €	3.480,00 €
Tintas Textiles	65,00 €	10,40 €	75,40 €
Emulsiones	14,14 €	2,26 €	16,40 €
Adhesivo Líquido	5,45 €	0,87 €	6,32 €
Film Fotolito	90,43 €	14,47 €	104,90 €
Vinilos Textiles	2.255,00 €	360,80 €	2.615,80 €
Papel Transferencia Térmica	138,00 €	22,08 €	160,08 €
Mallas de Seda	207,00 €	33,12 €	240,12 €
Guantes	12,00 €	1,92 €	13,92 €
Celo Transparente	1,70 €	0,27 €	1,97 €
Plastisol	12,50 €	2,00 €	14,50 €
Disolvente Plastisol	8,25 €	1,32 €	9,57 €
Spray Adhesivo	12,93 €	2,07 €	15,00 €
Desengrasante	2,03 €	0,32 €	2,35 €
Material de oficina	500,00 €	80,00 €	580,00 €
TOTAL	6.324,43 €	1.011,91 €	7.336,34 €

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, 1.900,00 € más 304,00 € en concepto de IVA.

6.5 Herramientas y utillaje

Para comenzar la actividad habrá que realizar una compra de útiles básica, aunque posteriormente y en función de las necesidades de los diferentes trabajos se irán adquiriendo otras.

Entre las herramientas y utillaje se encuentran raquetas y raederas.

El coste global de los distintos tipos de herramientas se ha estimado en 116,00 € (IVA incluido).

6.6 Equipamiento

Para comenzar la actividad habrá que realizar una compra de equipamiento, aunque posteriormente y en función de las necesidades de los diferentes trabajos se irán adquiriendo otras. Se incluye:

CONCEPTOS	Cuantía	IVA	Total
Aire Acondicionado	1.293,10 €	206,90 €	1.500,00 €
Serigrafía	4.009,66 €	641,54 €	4.651,20 €
Presecado	2.330,00 €	372,80 €	2.702,80 €
Plancha Térmica	1.740,00 €	278,40 €	2.018,40 €
Insoladora	2.945,00 €	471,20 €	3.416,20 €
Plotter de corte	950,00 €	152,00 €	1.102,00 €
Plotter de impresión	3.017,24 €	482,76 €	3.500,00 €
TOTAL	16.285,00 €	2.605,60 €	18.890,60 €

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 2.000,00 € (no 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 1.500,00 € (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	870,00 €
Suministros	139,20 €
Sueldo	1.570,00 €
Asesoría	116,00 €
Publicidad	116,00 €
Otros gastos	116,00 €
Total Pagos en un mes	2.927,20 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	8.781,60 €

6.7 Memoria de la inversión

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local	14.500,00 €	2.320,00 €	16.820,00 €
Mobiliario y decoración	3.017,24 €	482,76 €	3.500,00 €
Stock inicial y materiales	6.324,43 €	1.011,91 €	7.336,34 €
Equipo informático	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Equipamiento	16.285,00 €	2.605,60 €	18.890,60 €
Herramientas	100,00 €	16,00 €	116,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Fianzas	1.500,00 €	0,00 €	1.500,00 €
Fondo de maniobra	8.781,60 €	0,00 €	8.781,60 €
TOTAL	54.408,27 €	7.060,27 €	61.468,54 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1 Márgenes

Al hablar de los márgenes, al igual que ocurría con los precios, debemos hacer una distinción entre las dos líneas de negocio que ofrece la tienda. Por un lado se ofrece la venta de camisetas personalizadas. Esta línea constituye la actividad principal del negocio, por lo que consideraremos que suponen un 65% de las ventas totales de la tienda. El 35% restante será por tanto atribuido a la segunda línea de negocio: el servicio de personalización de prendas mediante una de las tres técnicas descritas en apartados anteriores. En esta segunda línea no se produce ninguna venta, sólo la prestación del servicio de impresión del dibujo en la prenda.

En cuanto a los ingresos por venta de camisetas, éstos suponen un margen bruto sobre ventas del 70%. Habrá camisetas con las que obtengamos mayor margen, y camisetas con las que obtengamos un margen menor, pero en general, suelen moverse en torno a una media del 70% de los ingresos. Aquí es muy importante hacer hincapié en los descuentos que nos puedan hacer los proveedores por volumen de compra.

El margen bruto medio sobre los ingresos del servicio de personalización es del 60%. Este es el resultado de la media de los márgenes de cada una de las técnicas que utilizamos. Unas utilizan materiales más caros que otras. Por ejemplo, la serigrafía es costosa puesto que requiere de más materiales. Esta técnica resulta más recomendable cuando vamos a producir una gran tirada (por ejemplo para clientes empresas u otros colectivos). Para tiradas pequeñas y medianas son mejores las otras técnicas (especialmente la de la termoimpresión).

La mayoría de los costes del negocio son variables y están formados por el consumo de material empleado en el trabajo diario (camisetas, tinta de plotter, papel de transferencia térmica, tintas textiles, etc.).

En función de los precios de venta y de los costes que tenemos que asumir para la realización de las actividades, hemos calculado el margen medio global de la siguiente manera:

ACTIVIDAD	REPARTO VENTAS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
VENTA DE CAMISETAS	65%	70%	45,5%
SERVICIO DE PERSONALIZACIÓN	35%	60%	21%
MARGEN MEDIO BRUTO SOBRE INGRESOS			66,5%

Se ha estimado que estos costes serán de un 33,5% del total facturado correspondiente a un margen del 66,5 % sobre los ingresos. Esta cifra es equivalente a un margen del 198,51% sobre el precio de compra.

7.2 Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 33,5% del volumen de las ventas del mes. Este está compuesto por el material necesario para la realización de las actividades: camisetas, tintas, vinilos, etc. y las bolsas. Este consumo es equivalente al margen del 66,5% aproximado sobre el precio de venta.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 50 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones es de unos 750,00 € mensuales.

- **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 (Internet, 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 100,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 100,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.570,00 € (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)	1.570,00 €	0,00 € (*)	1.570,00 €
TOTAL	1.570,00 €	0,00 €	1.570,00 €

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

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 1.200,00 € por lo que su cuantía mensual será de 100,00 €.

- **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo que se muestra en la tabla que aparece a continuación:

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	14.500,00 €	10 %	1.450,00 €
Mobiliario y decoración	3.017,24 €	20 %	603,45 €
Equipo informático	1.900,00 €	25 %	475,00 €
Herramientas	100,00 €	20 %	20,00 €
Equipamiento	16.285,00 €	20 %	3.257,00 €
TOTAL ANUAL			5.805,45 €

(*) 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 éste 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 €
TOTAL ANUAL			666,67 €

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:** Vendrán dados por los servicios prestados.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 33,5% 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	9.000,00 €
Suministros	1.440,00 €
Sueldo	18.840,00 €
Asesoría	1.200,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otro gastos	1.200,00 €
Amortización del inmovilizado material	5.805,45 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67 €
Total gastos fijos estimados	39.352,12 €
Margen bruto medio sobre ventas	66,5%
Umbral de rentabilidad	59.176,12

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

Esto supondría una facturación anual de 59.176,12 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 4.931,34 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... 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	14.500,00 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.017,24 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.900,00 €		
Equipamiento	16.285,00 €		
Herramientas	100,00 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	1.500,00 €		
Mercancía y materiales	6.324,43 €		
Tesorería (*)	8.781,60 €		
IVA soportado	7.060,27 €		
Total activo	61.468,54 €	Total pasivo	61.468,54 €

(*) Se consideran 8.781,60 € 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
Ventas	40.000,00	65.000,00	80.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 33,5%)	13.400,00	21.775,00	26.800,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	26.600,00	43.225,00	53.200,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	40.000,00	65.000,00	80.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	13.400,00	21.775,00	26.800,00
MARGEN BRUTO	26.600,00	43.225,00	53.200,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Otros gastos	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario	18.840,00	18.840,00	18.840,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.200,00	1.200,00	1.200,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	5.805,45	5.805,45	5.805,45
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67	666,67	666,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	39.352,12 €	39.352,12 €	39.352,12 €
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-12.752,12 €	3.872,88 €	13.847,89 €

(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 dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.