

300 planes de negocio

Plan de negocio
TIENDA DE CONGELADOS
Sector de Alimentación y Bebidas

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 desarrolla este negocio es básicamente la comercialización de productos congelados, aunque el negocio no suele ceñirse sólo a este tipo de alimentos, siendo posible la comercialización de otros productos alimenticios como verduras, platos precocinados, postres,... y bebidas.

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 en general y a aquellos destinados a la venta de productos de alimentación. 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.
- Real Decreto 2207/1995, de 28 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios.
- Real Decreto 709/2002, sobre el Estatuto de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, con ámbito de aplicación nacional, a 19 de Julio 2002.
- Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.
- Real Decreto 1702/2004, de 20 de diciembre, de identificación de los productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados y ultracongelados.

Además, habrá que conseguir el carné de manipulador de alimentos a través de cursos establecidos para tal efecto.

1.2. Perfil del emprendedor

La persona que desee poner en marcha un negocio de estas características no tiene, en principio, que poseer una formación específica, ni grandes conocimientos aunque es adecuado que posea alguna experiencia en el sector.

Es imprescindible que este preparada para dar a los clientes una atención adecuada y que tenga dotes comerciales.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Al analizar el sector de los productos congelados, nos encontramos con que el consumo de este tipo de productos ha experimentado un aumento considerable en los últimos años. Esto ha estado motivado por la falta de tiempo que experimentan muchos consumidores para hacer las compras de alimentación y los nuevos hábitos de consumo.

Además, muchos especialistas manifiestan que los productos congelados conservan muchas de las propiedades de los productos frescos.

Según el estudio "Presente y futuro de los alimentos congelados", realizado por la empresa TNS para la Campaña de "El Mes del Congelado", el gasto anual conjunto en estos productos alcanzó los 2.715 millones de euros y el volumen que mueve se situó en 553 millones de kilogramos durante el 2005.

El 97% de los hogares españoles consume alimentos congelados. El consumo ha aumentado casi un 15% en los últimos 3 años ocupando el tercer puesto en la lista de la compra de los hogares españoles.

Todas las variedades de alimentos congelados envasados tienen un alto nivel de aceptación, según este trabajo. Así, el pescado y marisco no preparado están presentes en el 80% de los hogares; la verdura congelada, en el 75%; los platos preparados, en el 64%; el pescado y marisco preparado, en el 54%, y las croquetas y empanadillas aparecen en el 43% de los hogares. Por lo que se refiere a la motivación de consumo de los alimentos congelados, entre las principales razones que llevan a consumirlos destacan en un 32,4% de las ocasiones por ser saludables y sanos, en un 27,1% por ser alimentos rápidos de preparar, en un 24,7% por tenerlos disponibles en casa y un 19,3% por placer.

Los consumidores de alimentos congelados envasados asocian calidad a estos productos, según concluye este trabajo. De esta forma, opinan que "los congelados son tan buenos como los frescos" y les gusta probar nuevas marcas y nuevos productos.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia habrá que estudiar las tiendas que ofrecen los mismos productos que la que se describe en este proyecto que existen en la zona de influencia donde se encuentra ubicado el negocio.

- *Otras tiendas de congelados similares a la que se propone en este proyecto:* otros establecimientos especializados que se encuentren situados en la misma zona de influencia.
- *Supermercados e Hipermercados:* se refiere a grandes superficies que ofrecen todo tipo de productos y a los que la gente suele acudir para hacer grandes compras semanales o mensuales.
- *Tiendas de ultramarinos:* establecimientos de carácter familiar, que también ofertan gran variedad de productos (entre ellos, los congelados), pero que suelen ofrecerlo a un precio más alto.

2.3. Clientes

Los clientes principales serán las personas del área de influencia del negocio, por tanto dependerá de la zona de ubicación del establecimiento. Además, hay estudios que demuestran que el cliente de este tipo de negocio es muy fiel por norma general.

Además de estos clientes, se debe intentar atraer a clientes que residan a una distancia superior para lo cual es necesario ofrecer una oferta diversificada, de calidad y a precios competitivos de manera que recompense a estos clientes el tener que realizar un mayor desplazamiento.

En concreto, las amas de casa suelen ser el principal cliente de este tipo de establecimiento, ya que suelen ser ellas las que se encargan de hacer las compras de alimentos para el hogar. Otro tipo de cliente potencial puede ser el chico/a joven, normalmente estudiante, que comparte piso con otras personas de su generación.

Otros clientes son los comercios como cafeterías, restaurantes y otros comercios de hostelería. Es habitual que a estos establecimientos haya que hacerles llegar los

productos mediante reparto. Aquí se hace muy importante ser puntual y riguroso en el reparto, tanto en tiempos de entrega como en las condiciones en las que se entrega el producto. Por regla general, se atenderán a comercios de la localidad en la que se instale el negocio y en localidades cercanas, pudiendo ser conveniente ampliar el reparto a otras localidades más lejanas cuando el negocio se vaya consolidando y se pueda ampliar la red comercial.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La estrategia que se desea conseguir en este proyecto es la diferenciación tanto en precio como de productos y buscar el trato personalizado con el cliente, para conseguir una fidelidad del mismo. Para ello, es importante tener en cuenta algunos puntos:

Algunas de las líneas fundamentales para el negocio son:

- **Precios competitivos:** la competencia en precios en este tipo de negocios es lo que en un primer momento va a poder atraer a la futura clientela. Por norma general, los productos congelados son más baratos que los productos frescos.
- **Variedad de productos:** de manera que el cliente tenga una gama amplia donde elegir.
- **Cuidar la imagen del negocio:** 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 compra. Además, los empleados de la tienda deben tener una imagen adecuada para la atención al público, de manera que el cliente siempre se sienta a gusto en el negocio.
- **Seguridad e higiene:** Se trata de una cuestión fundamental. Tanto la suciedad en los envases como en los arcones puede conllevar un peligro cierto de contaminación en los alimentos. Además, la presencia de escarcha tanto si es sobre los arcones como directamente sobre los alimentos indica que el producto no se encuentra a la temperatura idónea o que sufre cambios de temperatura y que por ello crea escarcha alrededor.
- **Venta:** los alimentos congelados con destino al consumidor final deben ofrecerse a la venta en armarios frigoríficos adaptados a ese fin. que deben estar provistos de un termómetro manteniendo siempre la temperatura a -18°C . Además los productos deberán aparecer con la etiquetación reglamentaria que exige la norma. Actualmente las empresas del sector están desarrollando otros servicios tales como la venta a domicilio a través de teléfono y a través de Internet.
- **Preparación del personal:** la atención a los clientes es un aspecto clave para el éxito de cualquier negocio. Por ello, es 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.

- **Uso de las técnicas de marketing:** para asegurar las ventas de los distintos artículos 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 distintas herramientas de marketing como pueden ser anuncios, folletos... aunque la mejor de ellas consiste en la atención y el asesoramiento personalizado.
- **Atención al cliente:** es otra de las armas con las que podrá competir. Un cliente siempre agradece que le orienten sobre cómo descongelar los alimentos, qué producto se adapta mejor a un plato...
- **Servicio a domicilio:** otro aspecto con el que puede ganar bastantes puntos. Puede contratar a un chico para los recados. Si sólo va a distribuir en la zona será suficiente con que el transporte del encargo lo haga en bolsas térmicas.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

A pesar de lo que pueda pensarse en un principio, una tienda de congelados ofrece una variedad de productos importante. Podrían agruparse en las siguientes grupos:

- Pescados, mariscos y derivados
- Verduras
- Salsas
- Platos precocinados
- Pan y bollería variada
- Aceites
- Patatas y golosinas
- Conservas
- Helados, etc.

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 amplio surtido de productos evitando al mismo tiempo almacenamientos innecesarios.

Es muy importante garantizar el correcto tratamiento del producto en todas las etapas logísticas con el fin de respetar la cadena de frío. La coordinación entre el expedidor, el transportista y el receptor de productos congelados se rige a través de es fundamental.

En la Tienda hay que hacer mención especial al mantenimiento de los muebles frigoríficos, los cuales deben de contar con un sistema de refrigeración que les permita estar dentro de los límites de temperatura prescritos de los diferentes productos alimenticios refrigerados o congelados.

Para un correcto mantenimiento de los muebles frigoríficos se recomienda controlar la temperatura ambiental, las corrientes de aire, la radiación térmica e iluminación a las que se exponen, los descarches y las inspecciones periódicas de funcionamiento.

4.2. Precios

Mirando al cliente, la estrategia de precios debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos. Para establecer el precio, se deberá atender al tipo de producto como a su calidad, además de considerar los precios de la competencia.

Además, será importante establecer una buena relación con los proveedores para conseguir mejores precios y poder así aumentar el margen.

4.3. Comunicación

Aunque se pueden llevar a cabo anuncios en radio o prensa local, lo más habitual para este tipo de negocios es llevar a cabo el mailing o buzoneo, dejando propagandas o folletos por las viviendas cercanas al establecimiento, en los que se describen buenas ofertas de lanzamiento de productos destacados. Se trata de llamar la atención del cliente en un primer momento a través del precio.

A pesar de todo, la publicidad más efectiva para este tipo de negocios es el "boca a boca". Ello supone que si un cliente ha quedado satisfecho con la compra realizada, volverá y, además, dará a conocer la tienda a sus allegados que posiblemente también se pasen por el establecimiento. Por ello, es importante que los clientes queden satisfechos desde el principio, para darse a conocer de una forma positiva, y para conseguir la fidelidad de los mismos a través de tres aspectos: Conocimiento de la clientela, saber atenderla y saber qué hacer frente a las quejas y reclamaciones.

Además, en este tipo de negocio unos de los elementos de comunicación más importante, es la imagen de la propia tienda: que el cliente vea el establecimiento perfectamente preparado de productos, con una buena iluminación y las mejores condiciones de higiene, van a ser fundamentales. Esto conseguirá llamar la atención de los clientes.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

En primer lugar, debe comentarse que los trabajadores de este tipo de negocio van a jugar un papel muy importante en la buena marcha del mismo. En principio, sería conveniente tener dos trabajadores a jornada completa:

- Una de las personas será el emprendedor, para lo que deberá darse de alta en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, se relacione con los proveedores, atienda a los clientes, etc.
- Además del emprendedor, es conveniente que la tienda disponga de otro trabajador, que le ayude a colaborar en lo que se refiere a la atención al cliente, ya que los clientes no deben ser desatendidos en ningún momento.

En caso de un aumento del volumen de negocios, se plantearía la posibilidad de incorporar a un tercer trabajador.

Además, si se plantea la conveniencia de realizar repartos a domicilios o empresas, sería necesario contar con un repartidor.

Respecto al perfil requerido para los trabajadores, es importante que éstos se adapten a las tareas que van a llevar a cabo:

- *Venta al público.* Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los artículos que venden y sobre atención al cliente.
- *Gestión del negocio.* Se requiere que tenga conocimientos sobre temas de gestión de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras, facturación...). Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.

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

Para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de los puestos que hemos señalado anteriormente, no es frecuente encontrar ofertas formativas específicas salvo algún curso de dependiente, atención al cliente, y de otros temas relacionados con el comercio minorista.

Excepcionalmente, si existen cursos que deben llevarse a cabo a la hora de montar una tienda de estas características, como son los cursos para obtener el carné de manipulador de alimentos.

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 tipo de negocio como éste, resulta fundamental la ubicación del local. Para que el volumen de ventas sea alto, la zona debe ser de gran afluencia de público, estar bien comunicada y con facilidad de acceso, o bien instalarse en un puesto de un mercado tradicional o galería de alimentación. Otra buena opción sería la de ubicarse en barrios residenciales nuevos, que carezcan de un negocio como éste.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este tipo de negocios, las dimensiones del local pueden variar. Para nuestro ejemplo, tomaremos un local de unos 95 m². La distribución del mismo se llevaría a cabo de la siguiente manera:

- **Zona de venta al público:** con una superficie aproximada de 60 m² donde se atenderá a los clientes. En esta zona estarían colocados los distintos congeladores con los productos expuestos.
- **Almacén (cámara frigorífica):** con una superficie aproximada de 20 m², donde estarían los stocks para reponer cuando hiciera falta. Otra posibilidad es disponer de un almacén aparte, aunque ello podría acarrear problemas derivados de la descongelación de los productos durante el traslado.
- **Despacho:** con una superficie aproximada de 10 m².
- **Aseo:** con una superficie aproximada de 5 m².

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. En concreto, los motores de las cámaras en las que conservará el genero son bastantes ruidosos, y tendrá que instalar un sistema de aislamiento para evitar problemas con los vecinos.

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. (instalación de cámaras e isletas frigoríficas, congeladores, alicatado, instalación eléctrica, etc.).

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. Hay que tener en cuenta que hay que adaptar un espacio para la cámara frigorífica, lo que conllevará un aumento de los costes de acondicionamiento del local.

Estos costes pueden rondar los 60.000,00 € (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. Equipamiento

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

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

- Cámara frigorífica
- Armarios de congelación.
- Arcones congeladores.
- Máquina fabricadora de escamas de hielo.
- Vitrina de cristal con grupo de frío.
- Cajones de mantenimiento para el servicio a domicilio.
- Mostrador y mobiliario auxiliar.
- Muebles expositores y estanterías.

El coste por estos elemento puede rondar los 25.500,00 € (IVA incluido) como mínimo para un equipamiento básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Adquisición del stock inicial

Al inicio de la actividad tendrá que llenar de productos la tienda. Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
ADQUISICIÓN DEL STOCK INICIAL	6.000,00 €	420,00 € (*)	6.420,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	6.600,00 €	516,00 €	7.116,00 €

(*) Se ha considerado un tipo de IVA medio del 7% ya que se trata de productos de alimentación

Conviene tener en cuenta que los productos congelados tienen una vida larga para el consumo, lo que conlleva que pueda acumularse sin problemas un determinado stock.

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

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 2.090,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.7. 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	1212,20 €
Suministros	406,00 €
Sueldos y S.S.	2.447,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	104,40 €
Otros gastos	174,00 €
Total Pagos en un mes	4.448,00 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	13.344,00 €

6.8. 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	51.724,14 €	8.275,86 €	60.000,00 €
Equipamiento	21.982,76 €	3.517,24 €	25.500,00 €
Stock inicial y materiales	6.600,00 €	516,00 €	7.116,00 €
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	2.090,00 €	0,00 €	2.090,00 €
Fondo de maniobra	13.344,00 €	0,00 €	13.344,00 €
TOTAL	98.940,90 €	12.821,10 €	111.762,00 €



7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Según estimaciones del sector, para un establecimiento de este tipo, teniendo en cuenta los distintos tipos de productos que se pueden vender en un negocio de este tipo, el margen medio sobre ventas competitivo se sitúa en torno al 30%. Este margen sobre ventas equivaldría a un 42,85% de margen sobre el precio de compra.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 70% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 42,85% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 95 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local, para el estudio se ha estimado un precio de 1.045,00 €.

- **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 350,00 € 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:**

Para realizar el estudio se ha considerado que el negocio será gestionado por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a un trabajador a tiempo completo.

El gasto de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	1.250,00 € (*)	0,00 €	1.250,00 €
Trabajador	900,00 €	297,00 € (**)	1.197,00 €
TOTAL	2.150,00 €	297,00 €	2.447,00 €

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

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por el trabajador en Régimen General contratado a tiempo completo.

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 (seguros, tributos, imprevistos, etc.). La cuantía estimada anual será de 1.800,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 150,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	51.724,14 €	10 %	5.172,41 €
Equipamiento	21.982,76 €	20 %	4.396,55 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			9.981,47 €

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.550,00 €	33,3 %	516,67 €
TOTAL ANUAL			516,67 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

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

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 70% 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	12.540,00 €
Suministros	4.200,00€
Sueldos	25.800,00 €
Seguridad Social	3.564,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	1.800,00 €
Amortización del inmovilizado material	9.981,47 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
Total gastos fijos estimados	60.562,13 €
Margen bruto medio sobre ventas	30%
Umbral de rentabilidad	201.873,78 €

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

Esto supondría una facturación anual de 201.873,78 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 16.822,81 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... Cuál será la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

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

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

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

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	51.724,14 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	21.982,76 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	2.090,00 €		
Mercancía y materiales	6.600,00 €		
Tesorería (*)	13.344,00 €		
IVA soportado	12.821,10 €		
Total activo	111.762,00 €	Total pasivo	111.762,00 €

(*) Se consideran 13.344,00 € 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	175.000,00	210.000,00	245.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 70%)	122.500,00	147.000,00	171.500,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	52.500,00	63.000,00	735.00,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	175.000,00	210.000,00	245.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	122.500,00	147.000,00	171.500,00
MARGEN BRUTO	52.500,00	63.000,00	735.00,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	12.540,00	12.540,00	12.540,00
Suministros, servicios y otros gastos	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	29.364,00	29.364,00	29.364,00
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	9.981,47	9.981,47	9.981,47
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	60.562,13	60.562,13	60.562,13
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-8062,13	2437,87	12937,87

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

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