

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS**

**Sector de Medioambiente**

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

---

En este proyecto se describe la creación de un negocio especializado en la venta de productos ecológicos. La actividad que se desarrolla en este tipo de negocio es la venta de una amplia variedad de productos en cuya elaboración no se emplean aditivos, no se aplican pesticidas y no se altera su crecimiento.

### 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 y a la indicación de los productos. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo, de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.
- Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre de 1993, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.
- 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 del funcionamiento del negocio. Es importante que la persona tenga una buena orientación al cliente, un claro perfil comercial y, a su vez, se sienta identificada con la cultura ecológica.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

El sector de los productos ecológicos está en las primeras fases de desarrollo y cuenta con un gran potencial de crecimiento. En la actualidad, según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, cuenta con más de 800.000 hectáreas y más de 17.500 empresas productoras. Esto sitúa a España en unos de los primeros lugares a nivel mundial en el número de hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica.

En cuanto a la comercialización de productos ecológicos en España, se superaron en el año 2004 los 235 millones de euros de facturación.

Sin embargo, el consumo de estos productos es en España todavía una tendencia minoritaria, aunque tiene grandes perspectivas de crecimiento debido al cambio progresivo en los hábitos de alimentación de los españoles.

Entre los inconvenientes que plantean los consumidores para la compra de productos ecológicos están los precios superiores a los de los productos convencionales y el peor aspecto en los vegetales. Además, en muchos casos existe dificultad para encontrar este tipo de productos.

Como oportunidad, hay que señalar que las personas van sensibilizándose poco a poco con los temas ecológicos, lo que se ha reflejado también en la alimentación, y en que cada vez se demanden más productos sanos y con todas sus propiedades nutritivas. Casos recientes como el de las "vacas locas" o el tema de la manipulación genética de los alimentos han potenciado esta demanda, estando dispuestos a pagar un poco más por productos más sanos y de mayor calidad.

## 2.2. La competencia

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

- *Tiendas especializadas de similares características a las del negocio que se describe en este proyecto.* Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. Se encuentran dispersas en las ciudades, y tienen un gran conocimiento de los productos que venden. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación, ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en una zona cercana a la nuestra y apostar por la diferenciación.
- *Tiendas delicatessen y tiendas especializadas en productos regionales,* que cuentan con productos ecológicos entre su oferta.
- *Herbolarios* donde se pueden encontrar algunos de estos productos.
- *Grandes almacenes y grandes superficies* (El Corte Inglés, Carrefour, etc.) que, dentro de su servicio de supermercado, cuentan con una zona destinada a artículos para gourmet (donde se pueden encontrar productos ecológicos).
- *Ferias, mercadillos y fincas.* Es la forma que tienen un gran número de pequeños productores locales, que quizás no pueden acceder a otros canales comerciales, de vender sus productos.
- *Asociaciones y Cooperativas de Consumidores.* Son numerosas en Andalucía y ofrecen mucha variedad de productos ecológicos y a precios más baratos.
- *ONG's.* Venden productos ecológicos que han sido elaborados en países del tercer mundo a precios razonables que generan riqueza en la zona de origen y favorecen su desarrollo. Desarrollan su actividad sin ánimo de lucro.

### 2.3. Clientes

El negocio se dirigirá al público en general, si bien la demanda de este tipo de productos suele ser una demanda directa, es decir, que el cliente busca claramente un producto ecológico.

El perfil del consumidor medio de este tipo de productos es una persona conocedora de ellos, con formación universitaria y con pocos o ningún hijo (según estudios de la CEPA). Según los distribuidores del sector, el perfil más común es mujer, entre 25 y 45 años, con nivel adquisitivo medio-alto y una elevada preocupación por la salud.

### 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 amplia y variada de productos adecuada a sus necesidades y una buena atención.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Oferta de Calidad:** Se deben seleccionar rigurosamente los productos y a los proveedores para poder ofrecer la máxima calidad.
- **Precios razonables:** Un inconveniente de este tipo de productos suele ser su precio más elevado.
- **Localización:** Ésta es muy importante para cualquier tienda. En nuestro caso, es recomendable situar este negocio en una zona en la que haya mucha población comprendida entre los 25 y 40 años y con un nivel cultural medio-alto.
- **Diferenciación:** Normalmente estas tiendas cuentan con variedad de productos (de dietética, herbolario,...), los cuales habrá que diferenciar de aquellos que tienen su origen en la agricultura ecológica para no confundir al consumidor.
- **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.

- **Información al consumidor:** Es fundamental informar al consumidor de todas las ventajas de los productos ecológicos con respecto a los convencionales, tales como los beneficios para la salud, la calidad de los mismos, la protección del

medioambiente,... A veces, no es suficiente con la información del etiquetado de los productos.

- **Imagen de los productos:** Intentar que el aspecto de los productos para el consumidor sea atractivo mediante las envolturas, etiquetas o embalajes. Llevar a cabo alguna campaña de imagen para difundir las propiedades de los productos ecológicos.
- **Atención a domicilio:** Sería interesante, si no en los inicios en un futuro, ofrecer un servicio de atención a domicilio para que se puedan hacer pedidos por teléfono sin necesidad de desplazarse.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio son muy variados; algunos de ellos son los siguientes:

- Productos frescos ecológicos: carnes, frutas y verduras.
- Panadería, galletas, chocolates y caramelos.
- Productos envasados de alimentación: legumbres, arroces y cereales, leche, sopas y pastas, mermeladas, yogures, helado, frutos secos, alimentación infantil, conservas vegetales y de pescado, huevos, vinagres y aceites, sales y especias, miel y azúcares, etc.
- Bebidas: zumos, bebidas vegetales, té, café, infusiones, vinos, cervezas, sidras,...
- Productos para diabéticos y celíacos.
- Complementos alimenticios: vitaminas, minerales, oligoelementos, complejos herbarios, de dietas de adelgazamiento, para deportistas,...
- Productos naturales de cosmética (no testados en animales): tratamientos faciales, corporales, capilares, línea específica para los más pequeños, artículos de aromaterapia,...
- Limpieza y aseo personal: champú, gel de baño, jabón, desodorantes, dentífricos, detergentes, limpiavajillas, suavizantes, papel higiénico, compresas, pañales, etc.
- Artículos de bazar: libros especializados en terapias naturales y alimentación, música de relajación, incienso, velas, regalos,...
- Etc.

Uno de los problemas principales en el desarrollo de las actividades propias de este negocio es la dificultad de contactar con proveedores capaces de suministrar periódicamente la mercancía necesaria, ya que éstos son escasos.



Por tanto, una de las cuestiones fundamentales para el buen funcionamiento del negocio es localizar a buenos proveedores que aseguren una amplia variedad y una alta calidad de los productos.

## 4.2. Precios

Estudios realizados por el *observatorio de consumo y distribución alimenticia* consideran que el consumidor está dispuesto a pagar un sobre-precio entre un 15% y un 20% más respecto a los tradicionales. El sector considera que dicho precio se justifica por el incremento que suponen los costes de producción de los productos ecológicos.

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer productos ecológicos 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.

## 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 que hagan referencia a la preocupación medioambiental que capten la atención de los viandantes. Los colores, sonidos e iluminación, pueden provocar la compra impulsiva del público que entra en la tienda.

Por ello, 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. El personal debe transmitir

profesionalidad y estar lo suficientemente capacitado para orientar al cliente en sus compras.

- Publicidad: hay que realizar campañas en los medios de comunicación de forma continuada, para que se asimile progresivamente este tipo de productos. Puede hacerse a través de buzoneo por la zona donde se ubique el negocio, folletos en el local sobre ofertas y sobre nuevos productos en llegar, anuncios en Internet en páginas del sector, en revistas medioambientales, etc.
- Es conveniente aparecer en las páginas amarillas y otras guías de comerciantes. También puede resultar interesante publicitarse en revistas especializadas sobre temas ecológicos, alimentación sana, etc.
- La atención amable al cliente y las buenas prestaciones del producto hacen que con el "boca a boca" vuelvan a comprar los clientes e inviten a ello a conocidos.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Es posible, que en un principio una sola persona sea suficiente, dado que hasta que no "arranque" el negocio con una fuerte afluencia de público, no va a haber gran actividad comercial.

Sin embargo existen momentos a lo largo de la semana en las que la actividad se concentra y épocas en las que las ventas se disparan. En estos momentos es necesario contar con personal de apoyo al igual que ocurrirá en el momento en el que el negocio comience a consolidarse y a aumentar las ventas.

Por ello, en este proyecto se ha considerado que el negocio será atendido por una persona a tiempo completo y otra a media jornada que también sirva de apoyo en momentos de trabajo punta.

Es conveniente que la persona que esté a tiempo completo sea el emprendedor, para lo que deberá darse de alta en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio además de atender a los clientes, etc.

#### HORARIOS

En cuanto a los horarios, las personas encargadas deberán estar a tiempo completo y el horario de apertura al público debe ser el habitual para los comercios adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

## 5.2. Formación

El servicio que se preste en el establecimiento va a ser fundamental para ganarse a la clientela, por eso, el personal que atienda al público debe estar especializado y formado en materia de productos ecológicos para poder asesorar y aconsejar al cliente durante su compra. Dejará notar su amabilidad y carácter apropiado para el trato con los clientes. Para ello, es conveniente la experiencia o la formación mediante cursos de ventas y atención al cliente.

A parte de ello, la persona encargada de la gestión del negocio sería importante que tuviese cierta experiencia o formación en dirigir un negocio, con conocimientos en las tareas administrativas que ello conlleva, como gestión de inventarios, contabilidad, nóminas,... En caso contrario, muchas de estas tareas administrativas podrían encargarse a una asesoría.

## 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 y próxima a calles comerciales. Como dijimos anteriormente, es recomendable una zona con población joven (25-40 años) y con un nivel cultural medio-alto.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local puede ser muy variado, dependerá de la inversión que el emprendedor este dispuesto a realizar. En este proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie mínima de unos 75 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 (60m<sup>2</sup>) para colocar los productos a modo de supermercado, exceptuando el aseo exigido legalmente (5m<sup>2</sup>) y el almacén (10m<sup>2</sup>), 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 18.000,00 € (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. Mobiliario y decoración

Debe conseguirse la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, 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. El mobiliario debe transmitir un ambiente ecológico y ser de fácil limpieza.

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 puede rondar los 4.500,00 € (IVA incluido) aproximadamente. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

### 6.3. Equipamiento

El equipamiento mínimo necesario para iniciar el negocio se compone de aquellos elementos necesarios para mantener los productos ecológicos en perfectas condiciones. Para ello, será necesario disponer de:

- Cámara frigorífica.
- Mural de refrigeración y vitrina expositora frigorífica.
- Máquina para el corte y preparación de determinado productos cárnicos (si se incluyen este tipo de productos en la oferta del negocio).
- Báscula etiquetadora para pesaje de productos ecológicos.

El coste total de este equipamiento puede rondar los 7.540,00 € (IVA incluido).

### 6.4. 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	10.344,83 €	1.655,17 € (*)	12.000,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina,...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>10.944,83 €</b>	<b>1.751,17 €</b>	<b>12.696,00 €</b>

(\*) Entre los artículos que se compren existirán diversas clases de IVA, desde el 4% al 16%. Para simplificar el análisis se ha tomado un tipo medio del 16%.

Con esta cantidad sólo se cubren 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 y adecuar la oferta a las demandas de los clientes.

## 6.5. 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.

## 6.6. 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 1.650,00 € (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	957,00 €
Suministros	145,00 €
Sueldos	2.150,00 €
S.S.	214,50 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	104,40 €
Otros gastos	174,00 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>3.849,30 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>11.547,90 €</b>

## 6.8. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	15.517,24 €	2.482,76 €	18.000,00 €
Mobiliario y decoración	3.879,31 €	620,69 €	4.500,00 €
Stock inicial y materiales	10.944,83 €	1.751,17 €	12.696,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Equipamiento	6.500,00 €	1.040,00 €	7.540,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00 €	248,00 €	1.798,00 €
Fianzas	1.650,00 €	0,00 €	1.650,00 €
Fondo de maniobra	11.547,90 €	0,00 €	11.547,90 €
<b>TOTAL</b>	<b>53.239,28 €</b>	<b>6.406,62 €</b>	<b>59.645,90 €</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.

Según información del sector, el margen medio del negocio suele estar entre el 35% y el 50% sobre el precio de venta en función de los artículos que se vendan y de la política de precios aplicada.

Para realizar este estudio hemos utilizado un margen bruto global, una vez descontados los deterioros y mermas, del 35% sobre la facturación, equivalente a un margen del 53,85% sobre el coste de las compras.

### 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 65% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 53,85% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 75 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 825,00 €.

- **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, etc.). Estos gastos se estiman en unos 125,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 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 la tienda será atendida por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a un empleado a tiempo parcial para la atención a los clientes.

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
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
Dependiente	650,00 €	214,50 € (**)	864,50 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.150,00 €</b>	<b>214,50 €</b>	<b>2.364,50€</b>

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

(\*\*) Seguridad Social a cargo de la empresa por el empleado en Régimen General contratado a tiempo parcial.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. 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 (*)	15.517,24 €	10 %	1.551,72 €
Equipamiento	6.500,00 €	20%	1.300,00 €
Mobiliario y decoración	3.879,31 €	20 %	775,86 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>4.040,09 €</b>

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

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

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.550,00 €	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 65% 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	9.900,00 €
Suministros	1.500,00 €
Sueldos	25.800,00 €
Seguridad Social	2.574,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	1.800,00 €
Amortización del inmovilizado material	4.040,09 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>48.290,75 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>35%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>137.973,58 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 137.973,58 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 11.497,80 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	15.517,24 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.879,31 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Equipamiento	6.500,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	1.650,00 €		
Mercancía y materiales	10.944,83 €		
Tesorería (*)	11.547,90 €		
IVA soportado	6.406,62 €		
<b>Total activo</b>	<b>59.645,90 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>59.645,90 €</b>

(\*) Se consideran 11.547,90 € 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>	130.000,00	150.000,00	170.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 65%)	84.500,00	97.500,00	110.500,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>45.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>59.500,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	130.000,00	150.000,00	170.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	84.500,00	97.500,00	110.500,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>45.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>59.500,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.900,00	9.900,00	9.900,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario + S.S.	28.374,00	28.374,00	28.374,00
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	4.040,09	4.040,09	4.040,09
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>48.290,75</b>	<b>48.290,75</b>	<b>48.290,75</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-2.790,75</b>	<b>4.209,25</b>	<b>11.209,25</b>

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el dependiente contratado a tiempo parcial, a lo que se le suma la cuota a 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.