

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE ROPA ALTERNATIVA**

**Sector de Comercio**

Datos de 2007



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

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

## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

---

La actividad que desarrolla este negocio es la comercialización de prendas de vestir de estilo alternativo, principalmente aquellas que imitan el estilo hindú.

### 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 Ley 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.

## 1.2. Perfil del emprendedor

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

Resultará idóneo para personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio. Así, un perfil de emprendedor muy idóneo será de aquella persona que tenga interés por todo lo relacionado con otros estilos de vestir y, concretamente, con el mundo oriental.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

Desde hace unos años la ropa no sólo se concibe como un objeto para cubrir una necesidad básica, sino que la moda se ha impuesto ya como un estilo de vida e, incluso, podríamos decir que ha favorecido la creación de diferentes culturas urbanas. Entre ellas, podemos destacar el estilo *rapero*, el *surfero*, el estilo *hippie*, el *punky*, el *gótico*, el *underground*, etc.

Actualmente de estos estilos han derivado ciertos rasgos que han influido en las tendencias de la moda. De hecho, podríamos decir que el estilo hippie es de los que más ha contribuido puesto que sus rasgos característicos siguen denotándose en la ropa actual que llevan muchas mujeres que no se encasillan dentro de ningún estilo concreto. Con el estilo hippie se fusiona en infinidad de prendas el estilo hindú, tendencia que por sus características suele quedar impasible ante los cambios de la moda. La tendencia étnica se está imponiendo en todos los ámbitos, principalmente en el de la moda, donde el uso de materiales y estilos exóticos invitan a viajar.

Los grandes diseñadores suelen inspirarse en otras culturas para sus creaciones, intentando de esta forma evocar paisajes Como los de la India que siempre ha sido y sigue siendo una fuente inagotable de inspiraciones, tan lleno de contrastes como de colores. Esto se refleja en la calle, pudiéndose observar que está de actualidad la tendencia étnica no sólo en la ropa si no también en los hogares.

En cuanto a la relación comercial entre España y la India, hay que decir que España tiene un gran peso en las importaciones indias de:

- Trajes, vestidos, pantalones y artículos similares.
- Camisetas de punto.
- Camisas, blusas y polos.
- Jerséis y cardigans.

En este aspecto podemos decir que ya en el año 2003, los puestos en los que se encontraba España en el ranking de importaciones de la India eran:

- Noveno puesto para trajes, vestidos, pantalones y artículos similares de punto.
- Cuarto puesto en abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares.
- Cuarto puesto en jerséis y cardigans.

Además, para el presente año 2008, la India se posiciona entre los diez primeros países destino de las importaciones de España en cuanto a moda, según datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

#### Ranking de los 25 primeros países/territorios origen de la importación española de MODA

Orden	Países	Importe
1	CHINA	2.391.756
2	ITALIA	1.359.328
3	FRANCIA	1.031.993
4	TURQUIA	636.736
5	MARRUECOS	615.338
6	PORTUGAL	533.209
7	ALEMANIA	512.466
<b>8</b>	<b>INDIA</b>	<b>468.262</b>
9	BANGLADESH	296.659
10	SUIZA	230.285
11	VIETNAM	227.542
12	BELGICA	218.076
13	PAISES BAJOS	217.438
14	REINO UNIDO	215.842
15	PAKISTAN	149.166
16	INDONESIA	145.218
17	HONG KONG	115.037
18	TAILANDIA	112.782
19	TUNEZ	96.552
20	ESTADOS UNIDOS	88.495
21	DINAMARCA	81.672
22	EGIPTO	64.436
23	CAMBOYA	63.613
24	BRASIL	59.930
25	COREA DEL SUR	59.891

Fuente: ICEX. Julio de 2008.

Hay que decir que estos datos positivos para el estudio del negocio corresponden principalmente a ropa femenina (tanto mujeres como niñas), por lo que en el negocio que estamos analizando la mayor parte del género se corresponderá con este segmento.

Otro aspecto positivo que tiene el decantarse por la moda étnica, es que se trata de una moda atemporal.

## 2.2. La competencia

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

- *Otras tiendas de características similares.* Tiendas que al igual que la que estamos analizando se dedican a la venta de artículos textiles procedentes de la India. Será nuestra competencia más directa por lo que deberemos intentar ubicar nuestro negocio aunque debido a su escasez no estarán muy próximas a nuestro establecimiento.
- *Grandes superficies.* La diferencia con ellos es que su oferta es muy reducida y no siempre se tiene disponible a lo largo del año. Un claro ejemplo es el caso de "la semana de la India en el Corte Inglés".
- *Comercios independientes y tiendas tradicionales especializadas en la venta de productos importados.* Se trata de tiendas que venden artículos de decoración, complementos y prendas textiles hindúes, aunque su fuerte no se centra en la confección.
- *Tiendas multiprecios.* Se trata de establecimientos que venden una gran variedad de artículos a bajo coste. Entre dichos artículos muchas veces se encuentran prendas de vestir procedentes de países orientales. Nuestra mayor diferencia con ellos es la calidad, ya que en este tipo de establecimientos es escasa.

- *Bazares orientales*. Son establecimientos parecidos a las tiendas multiprecios pero los productos suelen provenir de un mismo país. Al igual que en el caso anterior, la diferenciación con respecto a ellos es la calidad.
- *Venta ambulante*. Aunque representa una cuota de mercado pequeña también hay que considerarla como competencia.

### 2.3. Clientes

Los clientes de este negocio estarán conformados principalmente por el público femenino puesto que la ropa hindú es más demandada por las mujeres que por los hombres. Además, nos centraremos en un segmento de edad comprendido entre los 20 y los 50 años aproximadamente. Así mismo, en caso de complementar la oferta con algún otro tipo de producto, como los elementos decorativos, podríamos dirigirnos a los hogares en general.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

Para un negocio de este tipo se nos ofrecen diversas alternativas: montar un negocio que comercialice productos importados de la India, ofreciendo una diversidad de artículos, desde prendas de vestir hasta productos para el hogar; otra visión estratégica sería la especialización en un determinado artículo, como la confección hindú. Así mismo podríamos optar por montar el negocio por nuestra cuenta o bien franquiciarnos. En este caso, optaremos por montar un negocio de forma independiente. Nuestra principal estrategia será la **especialización** en prendas de vestir y calzado. Además, intentaremos **diferenciarnos por la calidad** de los textiles, buscando para ello a los mejores mayoristas de importación en este tipo de artículos.

Por otra parte, las líneas estratégicas a seguir en un negocio de prendas de vestir y complementos de la India son similares a las de cualquier tienda de ropa, aunque se deben considerar las peculiaridades de los artículos que se venden y del público al que se dirigen.

Como en cualquier negocio de moda, una adecuada **ubicación en un lugar céntrico o de gran afluencia de público**, junto con una especial atención al **escaparatismo** de la tienda (escaparates amplios y bien decorados) son elementos fundamentales.

Debemos cuidar también la **imagen corporativa**, ya que con ella transmitimos a los clientes la calidad que ofrecemos en nuestros productos. Asimismo, son aspectos importantes el uniforme, el peinado, el aspecto físico y estilo de vestir del personal.

Una **oferta de productos de calidad** y un **excelente trato al cliente**, cercano y personalizado, son dos aspectos claves para conseguir que el negocio funcione. En el primer caso, es recomendable que el negocio disponga de una amplia oferta de prendas de ropa que vaya aumentando a medida que el negocio se consolide. También es recomendable disponer de distintas calidades y precios, dependiendo del tipo de prenda.



Para conocer las pautas de la moda concreta de la India, se debe **acudir a las ferias** que se organizan a tal fin, donde se pueden conocer las tendencias y contactar con proveedores y con otras empresas del sector. Aunque para tener una visión propia si fuese posible lo ideal sería poder acudir al propio país para comprobar cuáles son sus tendencias de forma que ningún proveedor intente vendernos algo que no es característico del país.

Las líneas estratégicas que se podrían seguir cuando la empresa ya esté en una fase más avanzada son:

- **Ofrecer productos complementarios:** En un futuro podemos ofrecer de forma complementaria otras líneas de productos como muebles de decoración, incienso, etc.
- **Ofrecer servicios complementarios:** Como forma de diferenciación con la competencia podemos ofrecer a nuestros clientes potenciales una serie de servicios complementarios. Por ejemplo, los llamados servicios de atención personalizada o SAP de asesoramiento en la compra, dedicar el local a otras actividades conjuntamente con la venta de ropa como exponer en el local obras de arte, de fotografía, un lugar con libros, pequeño bar para tomar una copa...
- **Proporcionar un ambiente típico oriental:** Nuestros clientes potenciales serán personas que tienen un gusto especial por la cultura hindú. Por ello, el crear un ambiente representativo de la India sería una buena estrategia. Para ello, se podría utilizar la música, los olores... De esta manera, el cliente puede pensar que está viajando hacia ese país aunque sea mentalmente.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este negocio se pueden agrupar en las siguientes líneas:

- **Prendas de vestir:** camisas, tops, túnicas, caftanes, cazadoras, pantalones, etc.
- **Zapatos:** babuchas principalmente.
- **Complementos:** cinturones, bolsos, bandoleras, fulares, bufandas y bisutería artesanal.
- **Elementos de decoración:** tapices multicolores, cojines, pósteres y cuadros de dioses de la India, tapices de Buda, colchas indias bordadas, 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 buen surtido de artículos pero evitando almacenamientos innecesarios.

### 4.2. Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos.

Por ello, en la fijación de precios se deben considerar, tanto el tipo y calidad de los artículos ofertados como los precios de la competencia.

Normalmente, los precios de este tipo de prendas textiles suelen ser algo elevado por la especialidad de los artículos comercializados aunque también influirá nuestro poder de negociación con los proveedores.

### 4.3. Comunicación

Para la promoción pueden usarse diversos medios: *prensa, radio, directorios comerciales...*

Una buena alternativa es utilizar la *publicidad en periódicos locales o de barrio*, ya que es relativamente económica y llega a muchos clientes potenciales del negocio. Un medio muy utilizado es el de anunciarse en prensa de difusión gratuita.

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.

Otra opción es *unirnos con los comerciantes de nuestra zona* para promocionar el comercio local en épocas singulares como Navidad, Semana Santa...

Es muy importante la *comunicación que se realiza en el propio establecimiento*. Por ello, el vendedor debe estar perfectamente preparado para asesorar del mejor modo al cliente.

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...).

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.

## 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 quien gestione el negocio, atienda a los clientes, etc.

En algunas ocasiones puede ser necesario contar con personal de apoyo en épocas del año donde la rotación de artículos es mayor, por ejemplo, Navidad o Semana Santa, cuando se reciba mucha mercancía, etc. 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 el horario comercial habitual.

## 5.2. Formación

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

Además, sería recomendable que la persona tuviera un vasto conocimiento sobre la cultura hindú, su historia, ritos, en pos de una mejor venta de los artículos. Lo ideal es que hubiera viajado al país del que importa con el fin de fundamentar sus conocimientos sobre los textiles hindúes.

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

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

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

## 6. PLAN DE INVERSIÓN

---

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria 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 juvenil como son los centros comerciales y sus proximidades, calles comerciales o zonas de paso de jóvenes.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de 50m<sup>2</sup>.

Es recomendable que la mayor parte del local sea tienda (aproximadamente 35m<sup>2</sup>), exceptuando el aseo de unos 5m<sup>2</sup> (exigido legalmente), de este modo se conseguirá aprovechar al máximo la superficie del local para tener expuesta toda la mercancía, mediante los expositores, los percheros y el resto del mobiliario.

Se debe disponer de un probador, aunque es recomendable contar con dos probadores para reducir el tiempo de espera en las épocas de mayor afluencia de público.

La parte destinada a almacén será de aproximadamente unos 10m<sup>2</sup>.

#### 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

Debe conseguirse la máxima funcionalidad cuidando todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Debemos dar al local un ambiente que transporte a los clientes a la India. Además, es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada 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.
- Mueble expositor y estanterías.
- Sillones de descanso.
- Para los probadores: espejo y perchero.
- Para el escaparate: maniqués o bustos, portaprecios, etc.

El coste por estos elementos puede rondar los 4.290,00 € más 686,40 € en concepto de IVA 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

La primera compra de mercancía según empresas especializadas en el sector, tendrá que ser como mínimo la siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA	13.152,58 €	2.104,42 €	15.257,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	630,00 €	100,80 €	730,80 €
<b>TOTAL</b>	<b>13.782,58 €</b>	<b>2.205,22 €</b>	<b>15.987,80 €</b>

Con esta cantidad sólo se cubre una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Lo ideal es hacer pequeños pedidos al principio de cada temporada para no acumular un stock elevado y que luego nos veamos obligados a darle salida con un precio más bajo (por ejemplo en rebajas). Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses a ampliar y reponer el surtido.

### 6.4. Equipo informático

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. 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 2.320,00 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 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 del 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 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>2.927,20 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>8.781,60 €</b>

## 6.7. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	14.500,00 €	2.320,00 €	16.820,00 €
Mobiliario y decoración	4.290,00 €	686,40 €	4.976,40 €
Stock inicial y materiales	13.782,59 €	2.205,21 €	15.987,79 €
Equipo informático	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
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 €
<b>TOTAL</b>	<b>46.754,19 €</b>	<b>5.835,61 €</b>	<b>52.589,80 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector dependen de la competencia, de los artículos que se comercialicen y de la situación del local.

Hay que tener en cuenta que la mercancía es muy barata en los países de origen, pero también depende del mayorista con el que tratemos y los acuerdos comerciales a los que lleguemos en materia de importación (transportes, Incoterms, etc.).

Siguiendo las recomendaciones del sector para un negocio como el que se propone, el margen medio sobre las compras de los artículos ronda por término medio el 150% (equivalente a un margen sobre ventas del 60%).

Habría que considerar que este margen será inferior en épocas de rebajas por lo que quedará reducido aproximadamente a un margen medio anual del 100% sobre las compras. Este margen es equivalente a un margen del 50% sobre las ventas.

### 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 50% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 100% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50m<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 750,00 €.

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

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono... También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 120,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 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 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.570,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.570,00 €</b>

(\*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo está 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 será de 1.200,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 100,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	14.500,00 €	10 %	1.450,00 €
Mobiliario y decoración	4.290,00 €	20 %	858,00 €
Equipo informático	1.900,00 €	25 %	475,00 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>2.783,00 €</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 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 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>666,67 €</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:** vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 50% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, sueldos y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	9.000,00 €
Suministros	1.440,00 €
Sueldos	18.840,00 €
Asesoría	1.200,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otros gastos	1.200,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.783,00 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>36.329,67 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>50%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>72.659,34 €</b>

Esto supondría una facturación anual de 72.659,34 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 6.054,95 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	4.290,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.900,00 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	1.500,00 €		
Mercancía y materiales	13.782,59 €		
Tesorería (*)	8.781,60 €		
IVA soportado	5.835,61 €		
<b>Total activo</b>	<b>52.589,80 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>52.589,80 €</b>

(\*) Se consideran 8.781,60 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	50.000,00	80.000,00	100.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 50%)	25.000,00	40.000,00	50.000,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>25.000,00</b>	<b>40.000,00</b>	<b>50.000,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:



PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	50.000,00	80.000,00	100.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	25.000,00	40.000,00	50.000,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>25.000,00</b>	<b>40.000,00</b>	<b>50.000,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
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	2.783,00	2.783,00	2.783,00
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67	666,67	666,67
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>36.329,67 €</b>	<b>36.329,67 €</b>	<b>36.329,67 €</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-11.329,67 €</b>	<b>3.670,33 €</b>	<b>13.670,33 €</b>

(1) Se ha considerado que durante este primer año no se va a contratar a ningún empleado, por lo que el gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio.

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