

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TIENDA DE ROPA
PREMAMÁ**

Sector de Comercio

Datos de 2006



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

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

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La actividad que desarrolla este negocio es la comercialización de prendas de vestir de moda actual para premamá así como complementos.

1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente en:

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

Resultará idóneo para personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio.

Es recomendable que la persona que lleve el negocio tenga ciertas nociones de atención al cliente y dotes comerciales.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Según los datos de Euromonitor, el gasto en ropa en España ronda los 20.000 millones de euros, siendo el gasto medio del consumidor español de aproximadamente 560 euros en prendas de vestir.

Este gasto se reparte de modo diferente entre los distintos tipos de clientes así, mientras que el gasto en prendas de mujer representa aproximadamente el 50% del total, el de los hombres se sitúa en torno al 30%.

Respecto a la distribución, a pesar del importante crecimiento de las cadenas especializadas y a diferencia de otros países europeos, en España las tiendas independientes tienen el mayor peso dentro de la cesta de compra con un 45,5% del valor.

En cuanto a las ventas, en el sector de la moda hay que tener muy presente la existencia de un importante componente estacional en rebajas. Así, el 18% de las ventas del sector textil se concentran en las ocho primeras semanas del año. Sin embargo, en el sector específico de la moda premamá, las rebajas no afectan mucho debido a que las mujeres necesitan un determinado vestuario según las fases del embarazo (independientemente del momento del año en el que se encuentren) y esto hace que sean menos sensibles a las rebajas (haya rebajas o no, la mujer embarazada necesita una determinada prenda). Aunque esto no quita que en este tipo de negocios haya también rebajas.

Por otro lado, el negocio específico de ropa para premamá se está viendo incrementado por un nuevo aumento del número de embarazos en España. Esto puede confirmarse observando la evolución que está experimentando España en el número de nacimientos. Son conclusiones extraídas según datos recogidos del Instituto Nacional de Estadística (INE). A continuación se ofrece una tabla que confirma los datos comentados.

Fecundidad. 1993-2003											
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
INDICADOR COYUNTURAL DE FECUNDIDAD¹ (a)	1,266	1,204	1,173	1,162	1,175	1,155	1,194	1,234	1,244	1,263	1,310
TASA BRUTA DE FECUNDIDAD² (b)	3,85	3,66	3,57	3,55	3,60	3,55	3,67	3,81	3,85	3,92	4,08
EDAD MEDIA A LA MATERNIDAD (c)	29,46	29,72	29,96	30,19	30,37	30,54	30,66	30,72	30,75	30,79	30,84
NACIMIENTOS (b) Total	385.7 86	370.1 48	363.4 69	362.6 26	369.0 35	365.1 93	380.1 30	397.6 32	406.3 80	418.8 46	441.8 81

1 Número medio de hijos por mujer en edad fértil (de 15 a 49 años)

2 Número de nacimientos por 100 mujeres entre 15 y 49 años

Fuentes: INE, Área de Análisis y Previsiones Demográficas (a), (c) / INE, Movimiento Natural de la Población (b)

Estos resultados se deben sobre todo al aumento en el número de mujeres inmigrantes y, en segundo lugar, al éxito que están teniendo las unidades de reproducción asistida, las cuales en España y, más concretamente, en Andalucía están haciendo posible que aumente el número de embarazos.

Esto nos lleva a encontrar un interesante nicho de mercado en un negocio de este tipo destinado a cubrir la necesidad de vestimenta de mujeres embarazadas.

2.2. La competencia

Hay que distinguir los siguientes tipos principales de competidores:

- *Tiendas de ropa de premamá 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 la ubicación.
- *Cadenas de tiendas de ropa premamá.* Aquí tenemos algunos ejemplos, como Prenatal, que disponen de tiendas repartidas por todo el territorio nacional (y fuera de España). Las cadenas presentan muchas ventajas para las clientas: modos de pago, devoluciones, servicios auxiliares, etc.
- *Otros establecimientos que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial:* fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes.
- *Ropa usada:* esto más que un competidor es un producto sustitutivo y hay que tenerlo en cuenta. Desde siempre, las mujeres embarazadas han utilizado la ropa premamá de familiares y amigas, puesto que les supone un ahorro. Sin embargo, esto puede combatirse ofreciendo moda contra ropa anticuada.

2.3. Clientes

Los artículos que se comercializan en este establecimiento estarán destinados a cubrir las necesidades de vestuario de mujeres embarazadas, sin distinguir por grupos de edad, con un poder adquisitivo medio.

Los clientes también pueden ser personas interesadas en hacer un regalo a una mujer embarazada, sin embargo este proyecto tomará como clienta principal a esta última.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Entre los aspectos clave para conseguir el éxito se encuentran los siguientes:

- **Ofrecer calidad:**

Es fundamental disponer de una oferta de calidad. Esto se traduce en artículos con buen diseño y en la introducción continua de novedades en la oferta.

Actualmente, la moda para mujeres embarazadas se está diversificando de modo que a la línea clásica de vestir las tiendas están incorporando las líneas casual, sport, ropa divertida...

Además hay establecimientos que amplían la gama de artículos añadiendo complementos o ropa interior.

- **Adaptación continua a las nuevas tendencias:**

En este sector, cada vez más, es indispensable estar siempre al día siguiendo la evolución de la moda. El hecho de que cada vez surjan más competidores hace imprescindible estar al día en moda. Además, las mujeres embarazadas no tienen por qué renunciar a su estilo ni a una imagen moderna por el hecho de estar embarazadas. Para ello, es recomendable acudir a las ferias que se organizan para este fin, donde se pueden conocer las tendencias de cada temporada y contactar con proveedores y con otras empresas del sector.

Una vez conocidas las tendencias de la temporada, es fundamental conocer las necesidades y gustos de las clientas para adaptarse a ellas.

- **Diversificar la oferta:**

Una línea estratégica que se puede tener en cuenta una vez que el negocio esté asentado en el mercado es la de ampliar la oferta ofreciendo productos no sólo para las mujeres embarazadas, sino también ropa para bebés e, incluso, niños. Esto haría que se incrementaran las ventas del negocio, sobre todo, si la mujer embarazada quedó satisfecha en su momento.

▪ **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.

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 ello deben evitarse todo tipo de barreras como escaleras, puertas estrechas...

▪ **Preparación del personal:**

La atención a los clientes es un aspecto clave para el éxito de cualquier negocio pero además, en los negocios de moda premamá, se convierte en un elemento imprescindible para lograr un buen nivel de ventas.

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. Además, es muy recomendable que tengan conocimientos sobre embarazo, cuidados, etc. Esto hace que el personal de la tienda se convierta en asesor de la clienta.

▪ **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 sobre las distintas prendas y las combinaciones de colores, los complementos...

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:** trajes, vestidos, pantalones, blusas, etc.
- **Complementos:** pañuelos, bufandas, 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, sobre todo en artículos de moda pasajera.

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

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.

En general, en este sector, los precios suelen ser más altos que los de las tiendas de ropa normales, pues la rotación es menor debido a que se trata de un período de tiempo concreto en la vida de una mujer.

En cualquier caso, la fijación de precios va a estar orientada en función del tipo y calidad de los artículos que se ofertan así como de los precios de la competencia.

4.3. Comunicación

Pueden usarse diversos medios: prensa, radio, páginas amarillas... aunque lo habitual al iniciar la actividad es realizar mailing o buzoneo y crear para ello un folleto con los artículos más atractivos. La creación de una página Web sería muy útil para las clientas, pues es una buena forma de dar a conocer los productos e informar de dónde se encuentra situada la tienda. Esto es importante, pues el hecho de que sea registrada por un buscador de Internet aumenta las posibilidades de afluencia de público.

Sin embargo, la mejor publicidad para este tipo de negocios es el boca a boca que transmiten las personas que se encuentran satisfechas por las compras realizadas. Por este motivo, proporcionar un servicio de calidad informando y asesorado al cliente es la mejor estrategia de comunicación que puede desarrollarse.

La comunicación, por lo tanto, se realiza en el propio establecimiento. Por ello, el vendedor debe estar perfectamente preparado para asesorar del mejor modo a las clientas.

Otro elemento clave a la hora de atraer a las clientas es el escaparate. Por ello es necesario el dominio de técnicas de escaparatismo (color, forma, luces, composición, etc.).

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 (por ejemplo, en rebajas). Para ello, se puede contratar a una persona para estas ocasiones. En caso de que la tienda tenga éxito y aumente el negocio se podría valorar la posibilidad de incorporar más personal a la plantilla. De momento sólo contará con el/la encargado/a.

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

En cuanto al perfil y la formación requeridos para los trabajadores, este depende de las tareas que vaya a desarrollar:

- *Tareas de venta.* Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los artículos que vende la empresa, sobre moda y sobre atención al cliente.

También es interesante que sea capaz de decorar de forma atractiva el escaparate y lo cambie frecuentemente, aunque se puede contratar a un profesional para este tema.

- *Arreglos de prendas.* Es conveniente poseer conocimientos sobre costura y arreglo de prendas. Si no se poseen estos conocimientos, una opción es contar con los servicios de una costurera, al menos, para el arreglo de largos de bajos y mangas.
- *Asesoramiento e información.* Es muy recomendable que la persona que vaya a atender a la clientela sepa asesorar sobre los temas relacionados con el embarazo a fin de convertirse en la tienda habitual de las mujeres que esperan un bebé. Hay que huir de la idea de simples vendedores y buscar más el concepto de asesores.
- *Gestión del negocio.* Se requiere que la persona que gestione el negocio tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras, facturación...). Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.

Sin embargo, 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, escaparatismo y de otros temas relacionados con el comercio minorista.

También sería recomendable que la persona que fuera a llevar el negocio hubiera realizado algún curso relacionado con esta materia (embarazo, bebés, hábitos saludables, 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 como son los centros comerciales y sus proximidades o las calles comerciales.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie mínima de unos 50 m² que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

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

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 15.025,00 € (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 las clientas. 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. Es muy importante saber transmitir una imagen de calidad.

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

- Mostrador.
- Estanterías y muebles-percheros.
- Para el escaparate: maniqués o bustos, portaprecios, etc.
- Para los probadores: espejo y perchero.

El coste por estos elementos puede rondar los 3.100,00 € (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

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	12.000,00 €	1.920,00 €	13.920,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	12.600,00 €	2.016,00 €	14.616,00 €

Con esta cantidad 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 comprar una mayor variedad de artículos.

Otro aspecto a tener en cuenta es que en este tipo de negocios se hacen dos grandes compras al año: primavera-verano y otoño-invierno por lo que lo habitual es hacer una compra al principio de cada temporada (una en primavera y otra en otoño) e ir posteriormente adecuando la oferta mediante reposiciones puntuales.

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 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 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 1.100,00 € (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	638,00 €
Suministros	127,60 €
Sueldo	1.250,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	104,40 €
Otros gastos	81,20 €
Total Pagos en un mes	2.305,60 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	6.916,80 €

6.7. 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	12.952,59 €	2.072,41 €	15.025,00 €
Mobiliario y decoración	2.672,41 €	427,59 €	3.100,00 €
Stock inicial y materiales	12.600,00 €	2.016,00 €	14.616,00 €
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	1.100,00 €	0,00 €	1.100,00 €
Fondo de maniobra	6.916,80 €	0,00 €	6.916,80 €
TOTAL	39.441,80 €	5.028,00 €	44.469,80 €

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.

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 al 100% (equivale a un margen sobre ventas del 50%).

Hay que precisar que, a diferencia de otros sectores relacionados con la moda, este tipo de negocios obtienen un alto margen sobre el coste pero la rotación es menor que en otros negocios dedicados al mundo de la confección.

Habrá que considerar que este margen será inferior en épocas de rebajas, aunque, como se comentó anteriormente, este sector específico no se ve tan afectado por éstas. El margen medio anual estimado será aproximadamente de un 75% anual sobre las compras. Este margen es equivalente a un margen del 42,86% sobre las ventas.

7.2. Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 57,14% del volumen de las ventas del mes. Este consumo es equivalente al margen del 75% aproximado sobre el precio de compra.

- **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 550,00 € 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 (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 110,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

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

- **Gastos por servicios externos:**

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

- **Gastos de personal:**

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

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

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

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

- **Otros gastos:**

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

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.952,59 €	10 %	1.295,26 €
Mobiliario y decoración	2.672,41 €	20 %	534,48 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			2.242,24 €

(*) 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 57,14% 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	6.600,00 €
Suministros	1.320,00 €
Sueldo	15.000,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	840,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.242,24 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
Total gastos fijos estimados	28.678,91€
Margen bruto medio sobre ventas	42,86 %
Umbral de rentabilidad	66.917,45 €

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

Esto supondría una facturación anual de 66.917,45 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 5.576,45 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

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

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

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

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	12.952,59 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	2.672,41 €	Fondos Ajenos	FA
Equipamiento	1.100,00 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	1.100,00 €		
Mercancía y materiales	12.600,00 €		
Tesorería (*)	6.916,80 €		
IVA soportado	5.028,00 €		
Total activo	44.469,80 €	Total pasivo	44.469,80 €

(*) Se consideran 6.916,80 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	50.000,00	75.000,00	100.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 57,14%)	28.571,43	42.857,14	57.142,86
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	21.428,57	32.142,86	42.857,14

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	50.000,00	75.000,00	100.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	28.571,43	42.857,14	57.142,86
MARGEN BRUTO	21.428,57	32.142,86	42.857,14
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.320,00	1.320,00	1.320,00
Otros gastos	840,00	840,00	840,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	15.000,00	15.000,00	15.000,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080,00	1.080,00	1.080,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.242,24	2.242,24	2.242,24
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	28.678,91	28.678,91	28.678,91
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-7.250,34	3.463,95	14.178,24

(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.