

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE SOUVENIRS**

**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

---

En este proyecto se describe la creación de un comercio dedicado principalmente a la venta de objetos de souvenir, es decir, productos para el recuerdo de un lugar determinado, normalmente, del pueblo o ciudad en el que se ubica la tienda. También se pueden comercializar otros artículos de regalos, complementos de decoración, etc., ampliando así la oferta de productos.

### 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 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 específica.

El perfil idóneo se corresponde con personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio. Es conveniente que el comerciante tenga capacidad negociadora y posea facilidad para la relación y el servicio con el cliente.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

El sector turístico y la industria de souvenir, o regalo de recuerdo, experimentan una evolución paralela. La mayoría de las personas tienden a volver de los viajes con algún objeto típico que le recuerde el lugar donde ha estado.

Se puede afirmar que la industria turística se encuentra en buen estado. Prueba de ello, es un incremento de los ingresos por turismo en el año 2005 del 3% con respecto al ejercicio anterior. Dentro de este porcentaje se incluyen la presentación de servicios hoteleros, la venta de souvenir y transporte.

Respecto al modo de distribución de los souvenir, la comercialización de este tipo de artículos ha dado lugar a la aparición de establecimientos especializados, que aglutinan en el mismo punto de venta una amplia variedad de propuestas para todos los gustos y edades.

### 2.2. La competencia

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

- *Tiendas de similares características a las del negocio que se describe en este proyecto.* Muchas de estas tiendas se encuentran ubicadas en hoteles, zonas de campamento, núcleos turísticos. Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. 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 esa zona y apostar por la diferenciación.

- *Tiendas de "todo a 1 €", ya que, estos negocios ofertan, a precio bajo o de oportunidad, productos de todo tipo, incluso pueden incorporar productos de recuerdo de la zona en cuestión.*
- *Cadenas de franquicias que se especializan en distintos artículos, por ejemplo: bisutería, complementos, artículos de ocio y souvenir, etc.*
- *Otros establecimientos que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial: fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes.*

### 2.3. Clientes

La venta de artículos de souvenir se dirigirá especialmente a los turistas, ya que, en estos negocios se ofertan regalos y artículos de recuerdo de una zona determinada.

El tipo de clientes puede ser muy variado, aunque la población femenina tiene una mayor presencia en este sector que la masculina ya que, tradicionalmente, son "ellas" las que se dedican a comprar los regalos y complementos para el recuerdo.

Es conveniente tener un buen surtido que permita llegar al mayor tipo posible de público. De esta manera, se pueden encontrar en tiendas de souvenir, otro tipo de productos que completen la oferta turística. La ampliación de la oferta debe hacerse intentando adecuar la oferta según la demanda de los clientes.

### 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 adecuada a sus necesidades y a la diferenciación en el trato personalizado con el cliente.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Precios** competitivos.
- **Amplitud de horarios y de oferta**, conseguir que el cliente pueda encontrar lo que desea. Para ello, es conveniente ir diversificando la oferta en función de las necesidades que se vayan detectando en los clientes.
- **Imagen y distribución del establecimiento**. 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 cualquier persona. Para ello deben evitarse todo tipo de barreras como escaleras, puertas estrechas...

- **Uso de las técnicas de marketing**. Para asegurar las ventas 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 las distintas técnicas de marketing como pueden ser anuncios, folletos... aunque la mejor fórmula consiste en la búsqueda de la satisfacción de cliente a través del asesoramiento y la atención especializada.

- **Preparación del personal.** La atención a los clientes es un aspecto para el éxito de cualquier negocio. Por ello, la implicación del personal en el negocio es un factor importante para el desarrollo del mismo.

La mayoría de los clientes que más demandan los productos souvenir son los turistas. Por este motivo, el personal debe estar bien informados de la cultura, orígenes y costumbres de la zona en la que se encuentre el establecimiento. También es muy interesante que se dominen idiomas.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Los artículos que se comercializan en este tipo de negocio se pueden agrupar en diversas líneas:

- Artículos de regalo.
- Decoración del hogar.
- Ropa.
- Bisutería.
- Complementos (bolsos, pañuelos, cinturones, etc.).
- Marroquinería, etc.

La característica común de la oferta de una tienda de souvenir y la diferenciación con una tienda de regalos convencional, es que todos los productos integran (dibujos, lemas o iconos representativos) sirven de recuerdo de un lugar determinado.

### 4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer artículos 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 venda, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

Será importante mantener buena relación con los proveedores para conseguir buenos precios, rapidez en el servicio y obtener una imagen de seriedad. Así, se podrán ofrecer a los clientes mejores ventajas y el margen final será mejor.

### 4.3. Comunicación

Atraer a los clientes al local es, sin duda, la principal tarea del emprendedor en este tipo de negocios. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación son las que se exponen a continuación:

- El local debe reflejar una imagen moderna. Las vitrinas de exposición y venta deben ofrecer todo el surtido a disposición del cliente de manera cómoda.
- Además de la ubicación, es importante que el local tenga una imagen adecuada para que el cliente se sienta atraído por la curiosidad de ver qué se ofrece en el interior. La adquisición de artículos de souvenir es una compra esporádica y no planificada, por ello es fundamental la distribución del escaparate.
- El personal debe transmitir profesionalidad, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Publicidad: buzoneo por la zona donde se ubique el negocio; folleto en el local sobre ofertas mensuales; mailing a empresas; Páginas Amarillas, etc.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el "boca a boca" sea la mejor publicidad para el negocio.



## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Este es un negocio que generalmente para su funcionamiento normal necesita de una única persona a tiempo completo. Esta persona estará en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, atienda a los clientes, etc.

En algunas ocasiones puede ser necesario contar con personal de apoyo: en épocas del año donde la rotación de artículos es mayor debido al aumento de público y turistas en la zona donde se ubica el negocio. En este caso, se puede contratar a una persona de ayuda.

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 adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

### 5.2. Formación

No es necesaria una formación específica pero es conveniente poseer experiencia en el sector comercial. Cada tarea a desarrollar requerirá un perfil y una formación distinta:

- *Tareas de ventas.* Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los artículos que vende la empresa 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. En ubicaciones turísticas donde predomine el turismo extranjero es conveniente dominar idiomas.
- *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...).

Muchas de las tareas administrativas pueden encargarse a una asesoría externa.

## 6. PLAN DE INVERSIÓN

---

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 turística en la que existan monumentos, edificios, realización de actividades culturales y de ocio, etc., que atraigan a un número considerable de turistas o público general.

Estas zonas pueden ser los centros comerciales y sus proximidades, las calles comerciales, el centro urbano de la ciudad o pueblo, etc.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local puede ser muy variado y, sobre todo, dependerá de la inversión que el emprendedor esté dispuesto a realizar. Consideramos una superficie mínima de unos 50 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, 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.

La tienda constará de un pequeño almacén donde se mantendrá un stock de los artículos con mayor rotación.

## 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 15.000,00 € (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 cuidando, al mismo tiempo, todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada y de modo que toda persona que entre en el establecimiento pueda apreciar la variedad que se ofrece.

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

- Mostrador.
- Muebles expositores y estanterías.

El coste por estos elemento puede rondar los 5.500,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

### 6.3. Adquisición del stock inicial

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	6.000,00 €	960,00 €	6.960,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	1.000,00 €	160,00 €	1.160,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>7.000,00 €</b>	<b>1.120,00 €</b>	<b>8.120,00 €</b>

### 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 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	174,00 €
Sueldo	1.250,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	104,40 €
Otros gastos	203,00 €
Total Pagos en un mes	2.473,80 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>7.421,40 €</b>

## 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	12.931,03€	2.068,96 €	14.999,99 €
Mobiliario y decoración	4.741,38 €	758,62 €	5.500,00 €
Stock inicial y materiales	7.000,00 €	1.120,00 €	8.120,00 €
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	7421,40 €	0,00 €	7.421.40 €
<b>TOTAL</b>	<b>36.393,81 €</b>	<b>4.459,59 €</b>	<b>40.853,40 €</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 pudiendo ir desde el 40% en unos artículos al 100% en otros.

Debido a la gran diferencia de precios y márgenes que existe entre los distintos productos, se deberá calcular el margen medio en función de la importancia de cada familia de productos.

Siguiendo las recomendaciones del sector, el margen medio anual deberá ser el 66,7% sobre el precio de compra, reduciéndose en épocas de rebajas. Considerando los posibles deterioros, devoluciones y rebajas, hemos usado un margen anual del 60% sobre precio de compra para realizar el estudio. Este margen es equivalente a un margen del 37,5% sobre ventas.

### 7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente (las cantidades indicadas no llevan incluido el IVA correspondiente):

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 62,5% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 60% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50 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 550,00 € al mes.

- **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 150,00 € 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 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.250,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.250,00 €</b>

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, reparaciones, seguros, etc. La cuantía estimada anual será de 2.100 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 175,00 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.931,03 €	10 %	1.293,10 €
Mobiliario y decoración	4.741,38 €	20 %	948,28 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>2.653,88 €</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 62,5% 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 (*)	CUNTÍA
Alquiler	6.600,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldos	15.000,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	2.100,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.653,88 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>30.830,55 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>37,5%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>82.214,79 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 82.214,79 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 6.851,23 euros, aproximadamente.

## 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... La elección de la opción financiera dependerá, en cierta medida, 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	12.931,03 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	4.741,38 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.550,00 €		
Fianzas	1.100,00 €		
Mercancía y materiales	7.000,00 €		
Tesorería (*)	7.421,40 €		
IVA soportado	4.459,59 €		
<b>Total activo</b>	<b>40.853,40 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>40.853,40 €</b>

(\*) Se consideran 7.421,40 € 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>	70.000,00	90.000,00	120.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 62,5%)	43.750,00	56.250,00	75.000,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>26.250,00</b>	<b>33.750,00</b>	<b>45.000,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	70.000,00	90.000,00	120.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	43.750,00	56.250,00	75.000,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>26.250,00</b>	<b>33.750,00</b>	<b>45.000,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	2.100,00	2.100,00	2.100,00
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	2.653,88	2.653,88	2.653,88
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>30.830,55</b>	<b>30.830,55</b>	<b>30.830,55</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-4.580,55</b>	<b>2.919,45</b>	<b>14.169,45</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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.