

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE UNIFORMES DE TRABAJO**

**Sector de Comercio**

Datos de 2008



**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 para el trabajo en todos aquellos sectores donde es obligatorio el uso de prendas específicas.

### 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 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.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

Aunque no es competencia en sí de este tipo de establecimiento la normativa que hace referencia a los riesgos laborales, el emprendedor debería tenerla en cuenta a la hora de elegir su cartera de productos puesto que ciertos equipos pueden ser los adecuados para velar por la seguridad a la que alude la ley.

## 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, así como algunos conocimientos sobre el mundo de los equipos de seguridad en el trabajo.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

Desde hace varios años, este tipo de tienda ha adquirido un importante auge debido a la preocupación por la seguridad e higiene en el trabajo. Esto ha provocado que muchas organizaciones empresariales provean a su personal contratado de indumentaria para su protección física ante la realización de actividades que puedan ser, en cierto modo, peligrosas.

Además, otros tipos de entidades utilizan dicha indumentaria para fomentar entre sus trabajadores y de cara al exterior una imagen de identidad corporativa.

Puesto que los uniformes revelan quién es la persona y a lo que se dedica, muchas empresas se preocupan porque estén hechos con calidad para que estén preparados para el desgaste, el uso y la limpieza diarios.

Todo esto junto con la obligatoriedad del uso de prendas de protección en los centros de trabajo, y la existencia de colectivos donde el uso de uniformes es obligatorio en sí (sanidad, fuerzas del estado, hostelería...) hacen que este mercado se encuentre en continuo crecimiento.

Dentro de los distintos sectores a los que abastece este tipo de negocio, existe un fuerte componente estacional en alguno de ellos a la hora de realizar su demanda. Tal es el caso del sector de la hostelería, cuyo porcentaje mayor de demanda se sitúa en la época de verano. Otro ejemplo es el del sector escolar, el en el que la demanda se concentra en su mayoría en el inicio del curso escolar.

Para poder diferenciarse en cierta medida de la competencia, el emprendedor debe buscar la calidad en los materiales utilizados para la confección de los uniformes así como en el trato con los clientes ya que son los factores más valorados por los mismos.

## 2.2. La competencia

La competencia directa de este tipo de negocio la constituyen aquellas empresas que realizan la misma actividad y con las mismas características. El aspecto positivo de este sector es que el número de empresas dedicadas a esta actividad no es demasiado elevado.

En cuanto a otro tipo de competencia, se puede observar que es muy reducida puesto que no existen otros tipos de establecimientos que ofrezcan estos productos salvo las tiendas especializadas como la que se describe en este estudio. Sólo se puede encontrar la posibilidad de venta de algunos productos en grandes superficies (el caso de uniformes escolares en supermercados tipo Carrefour o El Corte Inglés), así como en determinados establecimientos no especializados (así por ejemplo, podemos encontrar en algunas ferreterías material de protección propio de su actividad).

## 2.3. Clientes

Dentro de este punto, podemos incluir distintos grupos:

- **Entidades públicas:** entre ellas podemos destacar las incluidas dentro del sistema de sanidad, la educación o los cuerpos de seguridad del estado.
- **Entidades privadas.** Dentro de este grupo de clientes nos encontramos dos tipos:
  - Empresas que debido a las normas legales de seguridad en el trabajo equipan a sus trabajadores con ropa, accesorios o materiales específicos para desarrollar su trabajo.
  - Empresas que utilizan uniformes no por exigencias legales como en el caso anterior si no por transmitir una identidad propia (azafatas de congresos, compañías aéreas...).
- Otros: Hay personas que, sin pertenecer a ningún tipo de entidad, adquieren ropa y equipos para su seguridad/uniformidad (estudiantes de titulaciones específicas, los propios empleados por sí mismos, etc.).

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

Hay varios enfoques estratégicos que puede tomar un negocio como éste. Entre estos podemos distinguir entre una tienda al por menor (venta directa al público), un fabricante textil (vende a tiendas minoristas y mayoristas) y un mayorista que vende a minoristas y/o a empresas. Nuestro proyecto se basa en una tienda de venta directa al público y empresas. Comprará a fabricantes y mayoristas.

Por otro lado, 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.

Además, hay establecimientos que amplían la gama de artículos añadiendo complementos o accesorios.

- **Adaptación continua a la normativa vigente en cada momento:**

En este sector es indispensable estar siempre al día en cuanto a normativa se refiere en materia de seguridad e higiene. Para ello, es recomendable acudir a las ferias, contactar con proveedores y con otras empresas del sector.

- **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. Es importante que el negocio sepa transmitir qué es lo que ofrece. 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...

- **Preparación del personal:**

La atención a los clientes es un aspecto clave para el éxito de cualquier negocio.

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.

- **Tener un catálogo de productos, que se renovará varias veces al año:**

En estos catálogos aparte de presentar los artículos que se comercializan, se podrían incluir las normativas básicas aplicadas a cada tipo de producto. Además, debe incluir todos los modelos de los que disponga, desde los más básicos a los más técnicos.

- **Amplitud de la 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.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Un uniforme es un conjunto estandarizado de ropa usado por miembros de una organización mientras participan en la actividad de ésta. Los artículos se pueden agrupar en las siguientes gamas:

**VESTUARIO**: esta gama podría dividirse en tres grandes segmentos:

- 1) Salud y estética (batas, casacas, pantalones, pijamas...).
- 2) Hostelería (delantales, pantalones, gorros, chalecos...).
- 3) Industria (camisetas, cazadoras, chalecos, forros polares, pantalones...).

**CALZADO**: dentro de esta gama se encontrarían dos grupos bien diferenciados:

- 1) Calzado para hostelería, limpieza... (zuecos, zapatos, etc.).
- 2) Calzado de seguridad (botas, zapatos).

Estas líneas son ampliables en un futuro en función de la evolución de las ventas. Así, se podrían desarrollar los siguientes productos y servicios que pospondremos para más adelante:

Se pueden incorporar nuevas líneas de productos como: cascos, guantes, gafas, mascarillas, orejeras, etc.

Entre los servicios que podremos ofertar se encuentran los siguientes:

- Bordados y serigrafías.



- Diseños especializados exclusivos adecuados a las necesidades del cliente.
- Pedidos por teléfono con recogida en la tienda o con entrega en el domicilio.
- Visitas y presupuestos a medida.
- Estudios de necesidades.
- Arreglos y adaptaciones.

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.

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.

Por ello, 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. Es importante hacer promociones de precios, sobre todo al principio, para penetrar en el mercado.

### 4.3. Comunicación

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

Nuestra estrategia de comunicación estará conformada por lo siguiente:

- *Visitas comerciales* a los clientes potenciales de nuestro negocio. En estos casos nos referimos a la fuerza de ventas que podemos ejercer sobre las entidades.
- 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.
- Una de las técnicas más habituales es, a la hora de la inauguración de la tienda, realizar un *mailing personalizado* a todas las personas que pueden ser nuestros clientes potenciales para informarles de la apertura del negocio. También podemos enviarles publicidad a través de la confección de un *catálogo* con los productos que ofrece el negocio.
- Sin embargo, la mejor publicidad para este tipo de negocios es el *boca a boca* que transmiten los clientes satisfechos. Por este motivo, proporcionar un servicio de calidad informando y solucionando las posibles preguntas de los clientes es la mejor estrategia publicitaria que se puede desarrollar.
- En este sentido, 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 quién gestione el negocio, atienda a los clientes, etc. Más adelante, una vez que comprobemos la buena marcha del negocio, podremos contratar a una persona para que atienda el local. De esta forma, el mismo emprendedor quedará más libre para realizar las visitas comerciales a sus clientes potenciales.

#### 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 adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

### 5.2. Formación

En cuanto al perfil y la formación requeridos, este depende de las tareas que se van a desarrollar en el comercio:

- *Tareas de venta.* El emprendedor, que es en principio quien se va a encargar de esta tarea, entre otras, debe 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.

- *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.

En general, 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 podemos encontrar cursos interesantes para este tipo de negocios como pueden ser: gestión de stocks, técnicas de negociación, etc. La experiencia suele ser el factor más importante en estos casos.

## 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 fácil acceso y próxima a centros de trabajo.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El local debe tener una superficie de unos 70 m<sup>2</sup> que habrá que distribuir de modo que se consiga su máximo aprovechamiento.

La distribución de dicha superficie podría ser:

- zona de venta (55 m<sup>2</sup>)
- aseo (5 m<sup>2</sup>)
- almacén (10 m<sup>2</sup>)

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 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

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

- Mostrador.
- Taburete.
- Mueble expositor y estanterías.
- Para el escaparate: maniqués o bustos, portaprecios, etc.
- Para el probador: espejo y perchero.

El coste por estos elementos puede rondar los 4.060,00 € (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	21.858,91 €	3.497,43 €	25.356,34 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	630,00 €	100,80 €	730,80 €
<b>TOTAL</b>	<b>22.488,91 €</b>	<b>3.598,23 €</b>	<b>26.087,14 €</b>

Con esta cantidad se cubre 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 a comprar una mayor variedad de artículos. Hay que tener en cuenta que esta primera compra de mercancías se realiza habitualmente sobre pedido, lo que supone que las posibles necesidades de financiación se producen con menor frecuencia en el tiempo.

### 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, 2.204,00 € (IVA incluido).

## 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 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros aspectos. Además, aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

### FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 2.100,00 € (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 del préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	1.218,00 €
Suministros	174,00 €
Sueldo	1.570,00 €
Asesoría	116,00 €
Publicidad	116,00 €
Otros gastos	116,00 €
Total Pagos en un mes	3.310,00 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>9.930,00 €</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	15.517,24 €	2.482,76 €	18.000,00 €
Mobiliario y decoración	3.500,00 €	560,00 €	4.060,00 €
Stock inicial y materiales	22.488,91 €	3.598,23 €	26.087,14 €
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	2.100,00 €	0,00 €	2.100,00 €
Fondo de maniobra	9.930,00 €	0,00 €	9.930,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>57.436,15 €</b>	<b>7.264,98 €</b>	<b>64.701,13 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector dependen de la competencia así como de los artículos que se comercialicen.

Según expertos del sector, el margen medio sobre ventas suele situarse entre el 25% y el 35%. Dicho margen puede variar entre los distintos artículos que se comercialicen (no ganamos el mismo margen con los cascos, por ejemplo, que con las prendas). En este caso, para nuestro negocio consideraremos un margen bruto sobre ventas del 30%. Este margen sobre ventas equivaldría a un margen sobre compras del 42,86%.

### 7.2. Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 70% del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 70 m<sup>2</sup>. El precio aproximado para un local de estas dimensiones es de unos 1.050,00 € 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 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 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 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 anual será de 1.200,00 € 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 (*)	15.517,24 €	10 %	1.551,72 €
Mobiliario y decoración	3.500,00 €	20 %	700,00 €
Equipo informático	1.900,00 €	25 %	475,00 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>2.726,72 €</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 70% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	12.600,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldo	18.840,00 €
Asesoría	1.200,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otros gastos	1.200,00 €
Amortización del inmovilizado material	2.726,72 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>40.233,39€</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>30 %</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>134.111,30 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 134.111,30 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 11.175,94 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	15.517,24 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.500,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.900,00 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	2.100,00 €		
Mercancía y materiales	22.488,91 €		
Tesorería (*)	9.930,00 €		
IVA soportado	7.264,98 €		
<b>Total activo</b>	<b>64.701,13 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>64.701,13 €</b>

(\*) Se consideran 9.930,00 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	110.000,00	150.000,00	180.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 70%)	77.000,00	105.000,00	126.000,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>33.000,00</b>	<b>45.000,00</b>	<b>54.000,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	110.000,00	150.000,00	180.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	77.000,00	105.000,00	126.000,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>33.000,00</b>	<b>45.000,00</b>	<b>54.000,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	12.600,00	12.600,00	12.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario + SS	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	2.726,72	2.726,72	2.726,72
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>40.233,39 €</b>	<b>40.233,39 €</b>	<b>40.233,39 €</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-7.233,39 €</b>	<b>4.766,61 €</b>	<b>13.766,61 €</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.