

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio  
VIVERO**

**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

---

El proyecto consiste en la creación de un vivero. Se describe, por tanto, una empresa comercial dedicada al cultivo intensivo de plantas y flores de temporada para la posterior venta al cliente final.

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

La actividad de comercio minorista de plantas y flores a través del cultivo intensivo en vivero se encuentra regulada por diferentes normativas que son de obligado cumplimiento.

- **Ley 30/2006, de 26 de julio**, de semillas y plantas de vivero y de recursos filogenéticos.
- **Orden APA/3188/2002, de 11 de diciembre**, por la que se modifica la Orden de 23 de mayo de 1986 y las Órdenes de 1 de julio de 1986 sobre control y certificación de semillas y plantas de vivero. Resolución de la Secretaría de Estado de la Seguridad Social
- **Ley de Prevención de Riesgos Laborales** de 8 de noviembre de 1995 (BOE 10-11-1995).
- **Modificación Ley 50/1998**, de 30 de diciembre (BOE 31-12-1998). **Modificación Ley 39/1999**, de 5 de noviembre (BOE 6-11-1999).
- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el **Reglamento de los Servicios de Prevención** (BOE de 31-1-1997).
- **Modificación por Real Decreto 780/1998**, de 30 de abril (BOE de 1-5-1998)
- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las **disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo** (BOE 23-4-1997).

- Real Decreto 487/1997, de 14 de abril, sobre **disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la manipulación manual de cargas que entrañen riesgos, en particular dorsolumbares, para los trabajadores** (BOE 23-4-1997).
- **Real Decreto 374/2001**, de 6 de abril, sobre la protección de la seguridad y salud de los trabajadores contra los riesgos relacionados con los agentes químicos durante el trabajo (BOE 1-5-2001).
- **Ley de sanidad vegetal**, Ley 43/2002 de 20 de Noviembre de sanidad vegetal.
- **Seguro combinado de cultivos protegidos**. Orden APA 1184/2002 por el que se regulan las condiciones técnicas mínimas de cultivos en relación al seguro Combinado de Cultivos protegidos, comprendido en el Plan Anual de Seguros Agrarios Combinados, en el que por primera vez se incorporan las producciones de planta ornamental.
- **Plantas vivas y productos de la floricultura**. Reglamento (CEE) nº 803/98 de la Comisión de 16 de abril de 1998 que establece para 1998 las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 22/5/96 del Consejo, por el que se aprueban medidas específicas en el sector de las plantas vivas y de los productos de floricultura.
- **Flores cortadas frescas y follajes frescos**. Reglamento (CEE) nº 316/68 del Consejo, de 12 de marzo de 1968, por el que se establecen normas de calidad para las flores cortadas frescas y los follajes frescos.

## 1.2. Perfil del emprendedor

El perfil del emprendedor idóneo para el negocio corresponde con el de mujeres y hombres, de mediana edad o jóvenes, con experiencia anterior en el sector y conocimientos específicos sobre flores y plantas.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

El consumo de flores y plantas ornamentales en España ha experimentado un crecimiento muy importante en los últimos años.

El crecimiento que está experimentando este sector se debe, sobre todo, a que cada día se presta más atención al aspecto estético tanto por parte de las entidades públicas y privadas como de particulares. También hay que unirle el asentamiento de la sociedad del bienestar, lo que ha impulsado la comercialización de plantas y la demanda de servicios de jardinería por parte de organismos y particulares.

Hay que señalar que nos encontramos con dos tipos de consumo claramente diferenciados. Por un lado tenemos las flores y plantas adquiridas para consumo propio con fines decorativos y, por otro, las que se compran para regalar, siendo estas últimas las más adquiridas.

Hay que destacar de este sector en España la alta estacionalidad del consumo, siendo la época estival el momento del año en que menos flores y plantas se adquieren, concentrándose la facturación anual en días como el Día de Todos los Santos, Día de la Madre, San Valentín, Semana Santa y Navidad.

### 2.2. La competencia

Para analizar la competencia es necesario distinguir entre:

- *Viveros similares* a los del negocio que se describe en este proyecto en tamaño y oferta. Es importante, por ello, realizar un estudio de mercado de la zona en la que se pretende ubicar el negocio, analizando la competencia y si hay demanda suficiente para establecernos apostando por la diferenciación.
- *Floristerías y Kioscos*, ubicados generalmente en lugares de mucho tránsito. Concentran actualmente el 70% de las ventas totales de flores y plantas, y suelen vender a precios muy baratos. En el caso de los kioscos, la calidad de las plantas y

flores es menor, y el servicio que ofrecen más restringido, generalmente, porque cuentan con menor espacio físico. Dentro de los kioscos, se deben destacar los ubicados en las puertas de cementerios, lugar estratégico.

- *Centros de jardinería.* Han surgido en los últimos años este tipo de centros, que son grandes superficies especializadas en jardinería que comercializan plantas, semillas, abonos, macetas, maquinaria, muebles de jardín, etc.
- *Puestos en mercadillos o plazas de abastos, y venta ambulante.*
- *Grandes almacenes y Grandes superficies* (El Corte Ingles, Carrefour, etc.) que incluyen entre toda su oferta flores y plantas naturales.

### 2.3. Clientes

Tenemos que destacar el aumento de la cualificación por parte del consumidor en los últimos años, lo que hace que la demanda sea más diversa y que valoren cada vez más la calidad de los productos, la imagen, y los servicios adicionales que ofrecen este tipo de empresas.

Los clientes de este tipo de negocio por tanto, pueden ser muy diversos:

- *Clientes particulares* que acuden principalmente por motivos de cercanía para comprar flores y plantas, tanto para la decoración de su jardín, terraza, balcón o vivienda como para un regalo. Hay que distinguir dentro de este tipo de consumidor aquel que dispone de un jardín como pasatiempo y tiene más interés, de aquel que busca un producto de fácil y bajo mantenimiento.

Al ser un negocio de cercanía, los clientes son mayoritariamente residentes de la zona o personas que transitan habitualmente por las inmediaciones del negocio. También, hay que considerar otros establecimientos comerciales próximos, que utilicen las flores y plantas como decoración.

- *Floristerías.* Aunque nuestro negocio se dirige fundamentalmente al cliente final, y no a minoristas, no podemos cerrar la puerta a este tipo de cliente tan importante como son las floristerías, a quienes también podemos abastecer cuando lo necesiten. Sobre

todo se le venden plantas, ya que las flores suelen adquirirlas en el mercado mayorista.

- *Grandes clientes.* Empresas o entidades que utilizan en gran medida este tipo de productos, como restaurantes, salas de celebraciones, salas de conferencias, hoteles, teatros, etc., básicamente para la decoración de espacios interiores. Es importante conseguir que la empresa se abra un hueco en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y reducir la estacionalidad de la venta propia de este sector.
- *Empresas organizadoras de eventos.* Estas empresas se dedican a organizar eventos de diversos tipos, desde conferencias y seminarios, hasta bodas, velando por todos los detalles, incluida la decoración de las salas o locales donde se celebrarán. Suelen ser clientes importantes, a nivel de facturación, y como garantía de ingresos en el período de duración del contrato.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

A la hora de iniciar y desarrollar este negocio, debemos tener en cuenta distintos aspectos estratégicos:

- *La calidad de las flores y plantas*, es el principal factor de competitividad, estando muy vinculada a su longevidad. Aquí, es por tanto fundamental, que el negocio sea gestionado por personas con amplio conocimiento en el cuidado de las plantas.
- *Ampliar y renovar la oferta de flores y plantas*, incluyendo línea de flores exóticas, por ejemplo, para llegar así a todo tipo de clientes potenciales.
- *Incluir servicios añadidos* como la entrega a domicilio, consejos a los clientes para el mantenimiento de las flores y plantas, incluir venta de productos usados en jardinería y plantas de interiores, etc.
- *Asociarse a otras empresas*. Es interesante para el emprendedor asociarse a otros viveros, floristerías, o a alguna red o asociación dedicada a este tipo de comercio, sobre todo con vistas a aumentar nuestra capacidad negociadora con proveedores y reducir así costes en la compra de materiales para el proceso productivo como semillas, sustratos, productos fitosanitarios, maquinaria, etc.
- *Modernizar el equipamiento*. Debemos intentar contar con un equipamiento lo más moderno y actual posible para que nuestro proceso productivo sea lo más eficiente posible.
- *Venta por Internet*. Crear una página Web de manera que la podamos utilizar como canal de venta de nuestros productos.
- *Aprovechar fincas muertas*. Si disponemos de algún terreno rústico que esté aún sin explotar (por ejemplo algún terreno heredado por nuestros padres o familiares cercanos), podemos aumentar nuestra producción de plantas y flores, y por lo tanto mayor será nuestro beneficio.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Productos y desarrollo de las actividades

Nuestro vivero, como ya hemos comentado anteriormente, va destinado al cliente final, es decir, que no necesitamos disponer de un gran invernadero con clima constante, sino que venderemos plantas y flores de temporada, y quizá algún tipo de planta/flor más para conseguir un mayor margen.

Para este tipo de vivero que queremos montar, no plantaríamos en tierra, sino en unas mesas colocadas sobre suelo cementado con plantas en maceta.

#### **DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES**

Son muchas y variadas las tareas que se desarrollan en un vivero, entre las cuales se pueden destacar:

- Proceso productivo, que se inicia con el pedido a proveedores de semillas, sustratos, y todos los materiales necesarios. A los proveedores se les exige calidad en el producto suministrado y se valoran servicios adicionales como las facilidades de pago o los descuentos por volúmenes de compra. Una vez recibido el pedido, se sigue con algunas de las siguientes actividades principales:
  - Siembra de semillas.
  - Corte de esquejes.
  - Preparación de sustratos.
  - Trasplante de los semilleros a contenedores más grandes.
  - Riegos.
  - Fertilización.
  - Podas y retirada de hojas.
  - Tratamientos sanitarios.



- Etc.

- Asesorar a los clientes sobre los nombres de flores y plantas, mantenimientos y cuidados de las mismas.
- Realizar la venta de composiciones de flores, plantas naturales, accesorios y otros productos empleados en el mantenimiento y cuidado de flores naturales, plantas de interior y de exterior.
- Venta de productos.

## 4.2. Precios

La estrategia de precios para este negocio debe ser ofrecer productos de calidad a precios competitivos. Para ello, es imprescindible observar los precios que ofrece la competencia.

## 4.3. Comunicación

Al inicio de todo negocio, darse a conocer es una tarea de suma importancia. Existen distintas variables que pueden ayudar en esta tarea junto con otras estrategias de comunicación:

- Participar en ferias profesionales del sector para conocer los últimos avances, técnicas y productos, así como darnos a conocer nosotros.
- Las instalaciones en las que el negocio se ubica. El punto de venta debe reflejar la imagen que se desea dar al negocio. Por ello, es necesario cuidar todos los detalles, como la colocación de las plantas y flores en el interior, la limpieza y el orden, etc.
- El personal es un factor fundamental en la comunicación al futuro cliente. Éste debe transmitir profesionalidad para que el cliente aprecie que está siendo atendido por expertos en la materia.
- Los propios artículos, macetas, flores, etc. que se expongan en el escaparate y en el interior, son elementos que comunican al cliente lo que se ofrece en el comercio. En este negocio, la compra por impulso, tras el contacto visual, suele ser muy importante.

- Pueden usarse diversos medios de comunicación: prensa, radio, páginas amarillas, etc. Para la captación de grandes clientes, como empresas u entidades organizadoras de eventos, el envío de correo personalizado, suele ser el medio más efectivo de captación.
- Diseñar una página Web propia para utilizarla como herramienta de comunicación, con un catálogo con todos nuestros productos, con foros, noticias del sector, etc.
- Desarrollar publicidad destinada a informar al público general sobre el mundo de las plantas y flores, para conseguir impulsar su consumo.
- Por último, el "boca a boca" será la publicidad más efectiva. Cuando un cliente queda satisfecho del servicio que ha recibido, no sólo se consigue su fidelidad, sino que se convierte, además, en uno de los mejores comerciales de la empresa.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

Para poner en marcha este negocio, no es necesario contar con una extensa plantilla. En este proyecto, se supone que la empresa inicia su actividad con una plantilla de dos personas que se reparten las distintas tareas del negocio.

El perfil del personal será:

- Emprendedor.
- Auxiliar o ayudante de jardinería.

Ambos compartirán básicamente las mismas tareas, si bien uno de ellos (lo normal es que sea el emprendedor) llevará todas las tareas de supervisión, mantenimiento y conservación de las plantas y flores del vivero. El auxiliar por otro lado, se encargará además de la atención al cliente en el punto de venta del establecimiento.

Al suponer un inicio con la inversión básica, se ha considerado que el emprendedor deberá realizar ciertas tareas de gestión, aunque puede subcontratarse un asesor externo para temas como contabilidad, nóminas, etc.

#### HORARIOS

El horario de apertura suele ser el horario comercial habitual adaptado a las particularidades de la zona de influencia y al servicio concreto que se demande. Pero el vivero además debe ser atendido en todos los momentos en que sea necesario para la adecuada atención y mantenimiento de las plantas.

## 5.2. Formación

En este sector es muy importante la formación para poder dar al cliente un servicio completo y de calidad.

Las personas que emprenden este tipo de negocio suelen tener formación de Jardinería, Licenciados en Biología, Ciencias Ambientales, Ingenieros Técnicos Agrícolas, etc.

Para cubrir otras necesidades de formación existen escuelas privadas o gremiales por ejemplo de arte floral que imparten cursos básicos. Por ejemplo, la Escuela Española de Arte Floral, ofrece cursos para aspirantes a floristas, donde se aprende la base para esta profesión (plagas, fitosanitarios, materiales de manipulación, iluminación adecuada, tierra más idónea, etc.).

Es interesante que iniciado el negocio, a medida que éste vaya creciendo, el empresario invierta en formación para ir actualizando los conocimientos.

Independientemente, para llevar el negocio, se precisa formación genérica de gestión de un comercio. Los conocimientos básicos de gestión serían:

- Puesta en funcionamiento de un negocio.
- Saber llevar el negocio y su optimización.
- Informática básica de gestión.

## 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

Como en la mayoría de comercios, el emplazamiento del negocio es un aspecto importante.

Aunque es complicado disponer de un vivero en lugares céntricos por su tamaño, se aconsejan zonas de mucho tránsito, como calles comerciales en centros de ciudades o barriadas, y en zonas residenciales.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Se considera adecuado un local de 180m<sup>2</sup>, que básicamente quedaría dividido en:

- **Zona de venta al público**, con una superficie de unos 55m<sup>2</sup>, donde se atenderá a los clientes y en la que se expondrán artículos.
- **Zona de vivero**, con una superficie aproximada de 120m<sup>2</sup>. Zona de trabajo donde se cultivarán las plantas y flores, y se mantendrán hasta su posterior venta o entrega a los clientes. Normalmente la superficie real ocupada después con plantas es del 70% aproximadamente.
- **Aseo higiénico – sanitario**. Tendrá una superficie de 5 m<sup>2</sup>.

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, 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. Además, habrá que incluir las obras para abrir claraboyas que permitan la entrada de luz solar.

Estos costes pueden rondar los 24.070,00 € (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. Por otra parte, hay que destacar que las macetas irán sobre burra metálicas por lo que nos ahorraremos el coste de la canalización para el suelo.

## 6.2.Mobiliario y decoración

En el mobiliario incluiremos básicamente todos los elementos de la zona de venta al público, los cuales deben permitir que los artículos y productos queden expuestos de forma ordenada y que se aprecie la variedad que se ofrece.

El mobiliario básico para la zona de venta de nuestro vivero consistirá en:

- Estanterías para el escaparate.
- Mostrador.
- Armario estantería para la zona posterior del mostrador.

Según consultas realizadas a expertos en el sector, la inversión rondaría los 1.914,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales.

### 6.3. Equipamiento

Además del mobiliario y decoración, para el negocio es imprescindible adquirir el equipamiento necesario para el trabajo de cultivo del vivero. Entre estos elementos están:

- Burras metálicas en forma de 3 mesas de 2x1 metros para colocar los semilleros.
- Macetas pequeñas y medianas.
- Parterres pequeños y medianos.
- Bandejas de semillero.
- Mangueras para riegos por goteo con sus correspondientes goteros de aproximadamente 100 metros.
- Aparato de aire acondicionado y calefacción para mantenimiento de flores y plantas.

El coste del equipamiento básico necesario para montar un negocio de vivero es de unos 8.120,00 € (IVA incluido).

### 6.4. Herramientas y utillajes

Para el desarrollo de las distintas tareas que comprende este negocio, es necesario adquirir una serie de herramientas y útiles básicos.

Una compra básica debe constar de:

- Tijeras de podar, navaja...
- Regadera.
- Palas y rastrillos.
- Gavetas.
- Pozales.
- Pulverizadores.

- Otros.

Según consultas realizadas, el gasto en esta partida sería de unos 1.150,00 € (IVA incluido).

### 6.5. Elemento de transporte

Para este negocio es recomendable disponer de un vehículo para realizar el transporte de las plantas, macetas, etc., tanto para la compra de materiales a proveedores como para su distribución.

El coste de este elemento dependerá de las características del vehículo que se elija. En este estudio, para no elevar en exceso la inversión inicial, proponemos la compra de un vehículo de segunda mano con un coste estimado de 12.000,00 € (IVA incluido).

### 6.6. Adquisición del Stock inicial

La primera compra de mercancía (semillas, tierra, abonos, fungicidas,...) 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	5.431,03 €	868,97 €	6.300,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, cinta aislante, etc.)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>6.031,03 €</b>	<b>964,97 €</b>	<b>6.996,00 €</b>

Una opción muy recomendable es la de crear tu propio *compost* (abono compuesto de diversas clases de residuos orgánicos). Sin embargo, de momento compraremos el abono a empresas especializada del sector.

### 6.7. 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, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.



## 6.8. 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 2.204,00 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 4.680,00 (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

## 6.9. 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	CUANTÍA
Alquiler	2.714,40 €
Suministros	348,00 €
Sueldos	2.450,00 €
Seg. Soc.	313,50 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	203,00 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>6.249,30 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>18.747,90 €</b>

### 6.10. 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	20.750,00 €	3.320,00 €	24.070,00 €
Mobiliario y decoración	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Equipamiento	7.000,00 €	1.120,00 €	8.120,00 €
Herramientas y utillaje	991,38 €	158,62 €	1.150,00 €
Elemento de transporte	10.344,83 €	1.655,17 €	12.000,00 €
Stock inicial y materiales	6.031,03 €	964,97 €	6.996,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	4.680,00 €	0,00 €	4.680,00 €
Fondo de maniobra	18.747,90 €	0,00 €	18.747,90 €
<b>TOTAL</b>	<b>73.745,14 €</b>	<b>8.050,76 €</b>	<b>81.795,90 €</b>

## 7. MÁRGENES Y ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Hay que destacar que existen muchos negocios dedicados al sector de la horticultura y cada uno puede ofrecer el servicio y los productos de muy distintas formas y con surtidos muy diversos. Por ello, los ingresos, costes y resultados variarán considerablemente de unos negocios a otros.

Es una actividad que también viene marcada por las estaciones del año y la climatología. Si bien, se pueden hablar de unos márgenes medios entre el 50% y el 80%.

Para realizar el estudio se ha empleado un margen medio del 60% sobre el precio de venta.

### 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 40% del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 180m<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 2.340,00 €.

- **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 300,00 € mensuales (el gasto en agua es importante).

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 95,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 95,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Para realizar el estudio se ha considerado que el vivero será atendido por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a un empleado a tiempo completo.

El gasto de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	1.500,00 €	0,00 € (*)	1.500,00 €
Ayudante jardinería	950,00 €	313,50 € (**)	1.263,50 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.450,00 €</b>	<b>313,50 €</b>	<b>2.763,50 €</b>

(\*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo está incluida en el sueldo.

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

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida donde incluimos los gastos por transporte (consumo de combustible del vehículo) y otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (reparaciones, seguros, tributos, etc.). La cuantía estimada anual será de 2.100,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 175,00 €.

▪ **Amortizaciones:**

La amortización anual del inmovilizado material sería la que representa el siguiente cuadro:

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	20.750,00 €	10 %	2.075,00 €
Mobiliario y decoración	1.650,00 €	20 %	330,00 €
Equipamiento	7.000,00 €	20 %	1.400,00 €
Herramientas y utillaje	991,38 €	20 %	198,28 €
Elemento de transporte	10.344,83 €	20 %	2.068,97 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>6.484,74 €</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	1.900,00 €	33,3 %	633,33 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>633,33 €</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 40% 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	28.080,00 €
Suministros	3.600,00 €
Sueldos	29.400,00 €
S.S. trabajador	3.762,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otro gastos	2.100,00 €
Amortización del inmovilizado material	6.484,74 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>76.340,07 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>60%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>127.233,45 €</b>

Esto supondría una facturación anual de 127.233,45 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 10.602,79 euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

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

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

## 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	20.750,00 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	7.000,00 €	Fondos Ajenos	FA
Elemento de Transporte	10.344,83 €		
Herramientas y utillaje	991,38 €		
Mobiliario y decoración	1.650,00 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	4.680,00 €		
Mercancía y materiales	6.031,03 €		
Tesorería (*)	18.747,90 €		
IVA soportado	8.050,76 €		
<b>Total activo</b>	<b>81.795,90 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>81.795,90 €</b>

(\*) Se consideran 18.747,90 € 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>	115.000,00	140.000,00	160.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 40%)	46.000,00	56.000,00	64.000,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>69.000,00</b>	<b>84.000,00</b>	<b>96.000,00</b>



La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	115.000,00	140.000,00	160.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	46.000,00	56.000,00	64.000,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>69.000,00</b>	<b>84.000,00</b>	<b>96.000,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	28.080,00	28.080,00	28.080,00
Suministros, servicios y otros gastos	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Otros gastos	2.100,00	2.100,00	2.100,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	33.162,00	33.162,00	33.162,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.140,00	1.140,00	1.140,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.140,00	1.140,00	1.140,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	6.484,74	6.484,74	6.484,74
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>76.340,07</b>	<b>76.340,07</b>	<b>76.340,07</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-7.340,07</b>	<b>7.569,93</b>	<b>19.659,93</b>

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

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