

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TALLER DE ARTES GRÁFICAS**

Sector de Servicios

Datos de 2005



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 una empresa de artes gráficas, y otras actividades de los servicios relacionados con las mismas.

Se plantea que la imprenta sea digital, aunque incorpore una maquina offset de un color para determinados trabajos, dado que en los últimos años ha revolucionado el mundo de las artes gráficas. El motivo es muy sencillo, la imprenta digital trabaja sin fotolitos, permite imprimir directamente del ordenador al papel. Una de las ventajas principales que ofrece este innovador sistema, es que se pueden imprimir tiradas cortas a color, de forma rápida, a muy bajo precio y con una calidad excepcional. Se puede imprimir casi de todo. Entre otras cosas, se pueden hacer póster, tarjetas de visita, dípticos, trípticos, catálogos, invitaciones, recordatorios, adhesivos, ampliaciones, fotografías a color, fotocopias blanco y negro, etc.

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

La actividad de artes gráficas se encuentra regulada por diferentes normativas de Seguridad e higiene en el trabajo, que son de obligado cumplimiento, a continuación se presentan las referencias de las mismas:

- **Ley de Prevención de Riesgos Laborales**, de 8 de noviembre de 1995 (BOE10-11-1995).
- Modificación Ley 50/1998, de 30 de diciembre (BOE31-12-1998). **Modificación Ley 39/1999**, de 5 de noviembre (BOE6-11-1999).
- 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 485/1997, de 14 de abril, sobre **disposiciones mínimas de señalización de seguridad y salud en el trabajo** (BOE 23-4-1997).

- 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** (BOE23-4-1997).
- Real Decreto 487/1997, de 14 de abril, sobre **disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la manipulación manual de cargas que entrañe riesgos, en particular dorsolumbares, para los trabajadores** (BOE23-4-1997).
- Real Decreto 488/1997, de 14 de abril, **sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas al trabajo con equipos que incluyen pantallas de visualización** (BOE23-4-1997).
- Real Decreto 773/1997, de 30 de mayo, sobre **disposiciones mínimas de Seguridad relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual** (BOE12-6-1997).
- Real Decreto 1215/1997, de 18 de julio, por el que se establecen las **disposiciones mínimas de seguridad y salud para la utilización por los trabajadores de los equipos de trabajo** (BOE7-8-1997).
- Real Decreto 216/1999, de 5 de febrero, sobre **disposiciones mínimas de seguridad y salud en el trabajo en el ámbito de las empresas de trabajo temporal** (BOE24-2-1999).-
- 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** (BOE1-5-2001)-
- Real Decreto 614/2001, de 8 de junio, sobre **disposiciones mínimas para la protección de la salud y seguridad de los trabajadores frente al riesgo eléctrico** (BOE21-6-2001).-

Numerosas disposiciones de diverso rango normativo, reguladoras de la protección de la seguridad y salud de los trabajadores frente a los riesgos específicos y aplicables con carácter general a todos los sectores de actividad, entre las que se encuentran:

- Real Decreto 1.316/89, de 27 de octubre, sobre **protección de los trabajadores frente a los riesgos derivados de la exposición al ruido durante el trabajo** (BOE de 2-11-1989)

- Real Decreto 1.495/86, de 26 de mayo, por el que se aprueba el **Reglamento de Seguridad en las máquinas** (BOE21-7-1986, modificado por Real Decreto 830/1991, BOE31-5-91). Y Real Decreto 1.435/1992, de 27 de noviembre (BOE11-12-1992, modificado por Real Decreto 56/1995, BOE8-2-1995)
- Real Decreto 363/1995, de 10 de marzo, sobre **notificación sustancias nuevas y clasificación, envasado y etiquetado de sustancias peligrosas**, cuya última modificación viene dada por la Orden del Ministerio de la Presidencia de fecha 5 de abril de 2001, publicada en el BOE de 19 de abril de 2001
- Real Decreto 379/2001, de 6 de abril, por el que se aprueba el **Reglamento de almacenamiento de productos químicos y sus instrucciones técnicas complementarias** (BOE10-05-2001).
- Real Decreto 786/2001, de 6 de julio, por el que se aprueba el **Reglamento de Seguridad contra Incendios en los establecimientos industriales**.

Como marco jurídico general, esta normativa es aplicable a todas las actividades empresariales necesarias para el desarrollo productivo, independientemente del objeto social empresarial, incluido, por tanto, el sector de Artes Gráficas. A dicha normativa general habría que añadir las normas UNE de aplicación voluntaria, tanto las referidas a prevención de riesgos, como a medio ambiente y calidad.

1.2. Perfil del emprendedor

Para los servicios de imprenta, se requiere experiencia anterior en el sector y conocimientos específicos para los oficiales. No se exige experiencia pero sí ganas de aprender para los aprendices. Para el puesto de comercial, puesto fundamental para tener éxito, se requiere algo de experiencia y estar introducido en la plaza.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

La industria de Artes Gráficas en la Unión Europea está integrada por 60.000 empresas que emplean el 2,5% del total de los trabajadores industriales de la UE.

Alemania y el Reino Unido son los principales países productores, produciendo entre ambos el 45% del Valor Añadido generado por esta actividad. España se sitúa en el quinto lugar con una cuota del 7,6%. Estados Unidos casi dobla la producción en la UE y Japón la supera en un 20%.

El sector está muy fragmentado, de forma que está compuesto por pequeñas y medianas empresas, de las cuales el 85% emplean a menos de 20 trabajadores.

La industria comunitaria de artes gráficas es una actividad madura que registró un rápido crecimiento a finales de los 80 y a principios de los 90 atravesó por una acusada crisis de la que ha salido en los últimos años.

El sector de Artes Gráficas en el estado español ostenta un peso relevante en el conjunto de la industria manufacturera.

Se integran en el sector un total de 13.500 establecimientos industriales que dan empleo a cerca de 123.000 trabajadores. El tamaño medio de las empresas es muy reducido ya que el 92,3% emplean a menos de 20 trabajadores.

En cuanto a las áreas geográficas que muestran una mayor concentración de esta actividad, destacan las comunidades de Madrid y Barcelona.

Asimismo, las exportaciones suponen el 8% de la producción, dándose un creciente incremento a lo largo de esta década. El aumento de las importaciones ha sido más moderado, pero el superávit de la balanza comercial es bastante claro.

Esta actividad se caracteriza por el reducido tamaño de las empresas, destacando las pymes en muchos casos de carácter familiar.

El sector, tanto a nivel nacional e internacional, sufrió una fuerte crisis a principios de los 90, recuperándose a partir de 1994, de modo que actualmente se alcanza una facturación superior a los 90.000 millones de pesetas anuales. En cuanto a las expectativas, se pueden considerar optimistas por el potencial incremento de la demanda que arrastra la actual expansión económica.

Uno de los principales puntos débiles es la dependencia de maquinaria de bienes de equipos por parte de proveedores extranjeros, así como su escasa actividad en términos de I+D.

Se constata la continua readaptación del sector a las nuevas tecnologías, así como una adecuada gestión de las inversiones y la formación como variables estratégicas en la competitividad del sector.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia, hay que distinguir dos tipos de competidores principalmente:

- *Competidores que realizan los mismos trabajos* de similares características de tamaño y oferta de servicios. Así los verdaderos competidores serán aquellos que estén ubicados dentro de la misma zona de influencia. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación de la empresa ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en esa zona y apostar por una diferenciación con ella.
- *Empresas de artes gráficas de mayor tamaño* a este tipo de empresas pueden actuar como competidoras o como clientes ya que en momentos de puntas de trabajo o trabajos más especializados pueden realizar subcontrataciones de otras empresas de menor tamaño.

A la hora de competir es fundamental la calidad que se ofrece al cliente, el precio y el cumplimiento de los plazos de entrega. El tener una buena reputación en la zona de influencia es el mejor valor diferencial con la competencia.

Otro elemento fundamental para conseguir clientes es dar servicios. Si damos a la clientela motivos para estar cerca de nosotros, más negocio conseguimos. De esta forma, la imprenta ofrecería servicio de fax, correo electrónico, plastificaciones, encuadernaciones y escáner profesional de fotografías y transparencias.

2.3. Clientes

En lo relativo a clientes, su producción va destinada a los siguientes sectores: Otras Actividades Empresariales (agencias de publicidad, entre otras), Edición y Artes Gráficas, Administración Pública, Banca, Educación, Seguros.....

Los clientes de la empresa de artes gráficas, tal y como se apuntaba anteriormente dependen del tamaño de la empresa, pudiendo ser de diversos tipos:

- *Clientes particulares que solicitan los servicios de la empresa.* Estos clientes acuden principalmente por motivos de cercanía para solicitar servicios relacionados principalmente con la impresión de motivos familiares: invitaciones para bodas, tarjetones de nacimiento, recordatorios de primera comunión, recordatorios de defunciones o por motivos más profesionales como las tarjetas de visita.
- *Pymes (comercios, concesionarios de automóviles, almacenes, etc.).*

Básicamente demandan publicidad y materiales promocionales (folletos, carteles, octavillas, encartes, dípticos, folletos, póster, tarjetas, calendarios, etc.).

Otras demandas de este sector son la papelería impresa (tarjetas de vistas, sobres, recibos, facturas, albaranes, etc.), ploteado de documentos, fotocopias a blanco/negro y a color, edición de documentación, etc.

- *Grandes clientes.* Estos clientes son empresas o entidades que utilizan en gran medida los servicios de imprenta, tanto para su publicidad y propaganda, como para impresos de uso interno, las entidades bancarias, los seguros, centros comerciales, etc. Es importante conseguir que la empresa se abra un hueco en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y la seguridad de unos ingresos según el tipo de contrato que se negocie. Este sector

es cada vez más autosuficiente y dispone de sus propios equipos de artes gráficas para consumo interno.

- *Colectivos tales como centros comerciales, mercados, colegios, clubes deportivos etc.* Este tipo de cliente solicita básicamente un servicio de impresión continuo, por lo que se suelen hacer contratos de suministro, siendo importante conseguir que la empresa se abra un hueco en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y la seguridad de unos ingresos anuales.
- *Agencias de publicidad.* Estas empresas pueden establecer lazos de colaboración, de tal forma que ellas realizan los diseños y la empresa de artes gráficas los ejecuta.
- *Administración pública.* A través de concursos o licitaciones.

Un factor importante para captar nuevos clientes es el reconocimiento del trabajo bien hecho, las recomendaciones de otros clientes, y los años de experiencia. El cliente es cada vez más exigente en cuanto a la relación calidad/precio del servicio. Los clientes de este sector son de la zona o de la provincia.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Dada la gran competencia en el sector, las empresas ven la necesidad de renovarse para poder competir con el resto de empresas. Es por ello que las empresas declaran su intención de realizar futuras inversiones, sobre todo relacionadas con las nuevas tecnologías en maquinaria, o la compra de nuevas instalaciones para una futura ubicación, así como la introducción de nuevos servicios para distinguirse de la competencia.

La competitividad de las empresas del sector de artes gráficas está muy relacionada con la innovación tecnológica, las inversiones, la cultura empresarial, la calidad, la formación del personal y la rivalidad existente.

La innovación tecnológica

Las nuevas tecnologías en este sector suponen una readaptación de las empresas a las mismas. La gran reestructuración que sufrió el sector a mediados de los años ochenta tiene ahora su segunda fase como consecuencia del avance tecnológico. La tendencia que se avecina es la de la eliminación del fotolito de manera que se podrá sacar un trabajo directamente desde el ordenador a la máquina de imprimir; introduciéndose así en el sector la "impresión digital". Esto permitirá eliminar costes e incrementar la calidad y, a su vez, conllevará la eliminación de ciertos procesos productivos y el personal que ahí se ocupe; el subsector que más perjudicado se encontrará es el de preimpresión.

Inversiones

Al hilo del apartado anterior, va a ser fundamental para el desarrollo de su actividad que las empresas realicen un esfuerzo inversor en nuevas tecnologías para readaptar los procesos productivos.

Cultura empresarial

El sector de las Artes Gráficas se caracteriza por la atomización de sus establecimientos productivos, tratándose en muchos casos de empresas familiares. Los empresarios suelen tener un buen conocimiento de su trabajo pero presentan carencias a nivel de gestión y

visión empresarial. La adaptación de la cultura del empresariado a los tiempos actuales se considera como un aspecto clave para la competitividad, en la que cada vez es más necesaria la figura del gerente para poder planificar, organizar, controlar costes.....

Calidad

Poco a poco, el medio envolvente del sector gráfico español es cada vez más exigente en términos de calidad. Cada vez se exige más calidad en los trabajos y se van a penalizar cada vez más a las empresas sin ella.

Formación

La formación supone un valor clave en el desarrollo de la actividad, tanto a nivel de los trabajadores, como de los empresarios. Los avances tecnológicos hacen necesaria una readaptación formativa continua, ya que la incorporación de nuevos equipos debe ir acompañada de su adecuada utilización por parte de los operarios.

Rivalidad

La industria de las Artes Gráficas se caracteriza por la existencia de una gran rivalidad entre las empresas. Aunque hay diferentes tipos de trabajos y clientes que podría derivarse a distintos tipos de empresa en cuanto a dimensión se refiere, la versatilidad de las nuevas tecnologías ha hecho que empresas de muy diferente dimensión compitan en los mismos mercados.

Se puede añadir que el importante esfuerzo inversor realizado por las empresas en los últimos años ha hecho aumentar la capacidad productiva por encima de la demanda, lo que ha llevado a una fuerte competencia en precios.

Otro aspecto que no se puede olvidar son los problemas ambientales. Las distintas administraciones (nacional, autonómica y local) están haciendo cumplir las directrices comunitarias, obligando a grandes inversiones en esta área por parte de prácticamente todas las empresas de artes gráficas.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

La actividad de las Artes Gráficas puede abarcar varias o la totalidad de las siguientes actividades:

- Edición.
- Impresión de periódicos.
- Otras actividades de impresión: se incluye la impresión mediante prensas de imprenta de máquinas offset, multicopistas, reproductoras controladas por ordenador, grabadoras de relieve, fotocopiadoras de artículos como son revistas, libros, folletos, calendarios...
- Encuadernación y acabado: supone la fase del acabado de trabajos como libros, folletos, catálogos, y que comprende el plegado, alzado, embastado, encolado, corte, estampado..
- Composición y fotograbado: se trata de actividades como la composición de texto, maquetación, diseño, digitalización de imágenes mediante escáner, y la filmación de fotolitos y pantallas de serigrafía.
- Otras Actividades Gráficas: aquí tienen cabida esas actividades que no se han descrito anteriormente como sería la producción de artículos de reprografía, o la preparación de datos digitales.

Proceso productivo

Las fases productivas se desarrollan de la forma siguiente:

PREIMPRESIÓN	Fotocomposición Fotomecánica Fotograbado
IMPRESIÓN	Tipografía Offset Calcografía Huecograbado Relieves Flexografía
POSTIMPRESIÓN	Serigrafía y otros Encuadernación industrial Acabados
EDITORIAL	Periódicos Libros Varios

Este informe recoge datos referidos a empresas que trabajan alguna o todas las fases de preimpresión, impresión y postimpresión.

Las actividades de fotocomposición y fotomecánica, que se corresponde con la fase de preimpresión, se ofrecen en la mayoría de las empresas de forma conjunta, incluyendo en muchos casos labores de diseño que permiten ofrecer un servicio integral al cliente. Asimismo, hay imprentas que tienen encuadernación en el propio taller.

En general, dado que hay mucha especialización en las empresas de Artes Gráficas y existe una total dependencia entre los distintos procesos, se da un alto nivel de subcontratación entre las mismas empresas del sector.

4.2. Precios

La estrategia de precios para una empresa como la que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer un servicio de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia.

En determinados momentos se puede recurrir a una bajada de precios de forma promocional con un tiempo limitado, ya que la guerra de precios es contraproducente para todas las empresas del sector.

4.3. Comunicación

En general este tipo de empresas no suelen hacer excesiva publicidad para darse a conocer, no obstante se anuncian en guías informativas y otros medios locales como la radio.

Para la captación de nuevos clientes se realizan a través de un plan de comunicación a los grandes clientes y colectivos de la zona de influencia, así como a las agencias de publicidad que operan en el entorno. Este plan puede ser sencillo y de bajo coste, consistente en enviarles un folleto de la empresa conjuntamente con una carta de presentación en plaza; o bien, algo más elaborado, consistente en folleto con carta, telemarketing para concertar visita y posterior visita de un comercial para presentar la empresa y recoger pedidos.

También hay que subrayar la efectividad de la difusión por parte de los propios clientes tanto particulares como de comercios y empresas. Si la empresa realiza servicios de calidad, la comunicación oral va a ser la principal carta de presentación frente a nuevos clientes.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

La empresa puede estar formada en un principio por 3 socios. En esta estructura mínima, las principales funciones por cada una de estas personas sería la siguiente:

- *Gerente/Comercial.* Sería la persona que llevaría la dirección y administración de la empresa, además de desarrollar las tareas comerciales. Esta labor comercial consiste en mantener la cartera de clientes de la empresa y conseguir otros nuevos. Hay dificultad para cubrir estos puestos, se recurre en muchos casos a reclutarlo de la competencia.
- *Oficial para preimpresión, impresión y postimpresión.* Persona que desarrolla las principales tareas productivas (diseño, impresión, encuadernación, etc.). Debe tener cierta experiencia profesional en un taller de artes gráficas.
- *Auxiliar del oficial.* No necesitaría experiencia en el sector. Desarrollaría funciones de apoyo al Oficial, además de otras tareas auxiliares del taller (almacén, transporte, limpieza, etc.).

Las principales tareas a desarrollar en un taller de artes gráficas son las siguientes:

PREIMPRESIÓN

- Diseñador gráfico: No es un perfil solicitado en todas las empresas de preimpresión, sólo en aquellas que realizan un servicio integral y ofrecen diseño. Un comentario bastante generalizado es que hay muchos diseñadores gráficos pero pocos bien preparados.
- Autoedición: Desempeñan labores de maquetación y grabación de textos. En ocasiones también podrían realizar labores de diseño. Esta actividad se desarrolla en el área de Fotocomposición.
- Escanista Su trabajo consiste en la digitalización de imágenes, filmación y realización de pruebas digitales y de gama.

IMPRESIÓN

- 1) Impresor: El tipo de máquinas que maneja va en función de la actividad que desarrolle la empresa: impresión offset, rotativa, serigrafía, relieve, huecograbado, flexografía... Actualmente existen dificultades en las empresas para encontrar disponibles buenos maquinistas profesionales.

POSTIMPRESIÓN

- Operario de encuadernación: perfil que desempeña distintas funciones que abarcan el plegado mecánico, manual, encuadernación a grapa, al hilo y manipulados de diversos tipos.

5.2. Formación

Para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de los puestos que se han señalado anteriormente, existen ofertas a nivel formativo dentro de este sector.

PREIMPRESIÓN

- Diseñador gráfico: profesionales con experiencia que provienen principalmente de Bellas Artes y de las academias de diseño gráfico. Se valora el conocimiento de los programas como Quark X Press, Freehand, Photoshop y Freemake.
- Autoedición: se trata de profesionales con formación en edición electrónica y diseño gráfico y con buenos conocimientos en entorno de Macintosh
- Escanista: especialista en el área de Fotomecánica con formación en Artes Gráficas.

IMPRESIÓN

- Impresor: profesional con formación en Artes Gráficas.

POSTIMPRESIÓN

- Operario de encuadernación: La formación en Artes Gráficas en este puesto no es exigible aunque sí se valora. Este puesto está ocupado en muchos casos por personas no cualificadas, valorándose la disponibilidad y la experiencia en trabajos similares.
- Comercial: persona que conoce muy bien el sector. Se valoran los conocimientos en Artes Gráficas y del mercado, así como la cartera de clientes.

Al tratarse de un sector donde se dan puntas de trabajo acusadas, se recurre a la contratación por obra o servicio en muchas ocasiones, principalmente en los departamentos de manipulado, montaje y de maquinista de offset, recurriendo a personal que ha trabajado en ocasiones en su empresa o bien a ETTs, lo que indica que no hay grandes cambios en las estructuras fijas de las empresas.

Otro hecho que suele ser habitual en este sector es el de recurrir a empresas de la competencia a que les realicen ciertos trabajos que no pueden absorber, bien por no disponer de la maquinaria necesaria, o bien por falta de capacidad en ciertos momentos.

La asesoría es un servicio que se subcontrata en general, dejando toda la gestión en manos de ésta, realizando así la asesoría más labores de gestoría.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

Al tratarse de un sector atomizado el desempeño de la actividad se centra en el espacio geográfico más cercano, normalmente la propia localidad o provincia.

En general no presenta grandes condicionantes de ubicación por lo que es perfectamente trasladable a cualquier ámbito geográfico, aunque debido al ruido que produce y las características de los productos que se almacenan (papel y productos químicos tales como tintas) de alto riesgo tóxico en su combustión, así como la toxicidad de los residuos, hace que en la actualidad se ubiquen en polígonos industriales fuera del parque residencial de las ciudades.

En lo que a los clientes de este tipo de empresas de tamaño pequeño se refiere, destaca el hecho de que suele ser la propia ubicación de la empresa un factor importante para captar los clientes de la zona más próxima, por lo que éstos suelen ser de ámbito local o como mucho provincial. Otro factor importante en la captación de nuevos clientes es el boca a boca, los años de trabajo y la relación precio/calidad que se ofrece.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este tipo de empresa es necesario contar con un local que posea una superficie mínima de unos 185 m² dividida de la siguiente manera:

- **Oficina:** donde se atenderá a los clientes y se recogerán las diferentes demandas de servicios, con una superficie de 40 m².

- **Taller:** donde se realizan los diferentes procesos de producción, con una superficie de 100 m²
- **Almacén:** donde se guardarán los distintos materiales de consumo, con una superficie de 40 m², distribuido en 25 m² de almacén para papel y 15 m² de almacén para tintas y productos químicos.
- **Aseos higiénicos-sanitarios:** con una superficie de 5 m².

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.

El taller deberá reunir las siguientes características:

- Iluminación: uniforme a 300/500 lux.
- Acometida eléctrica: toma de corriente trifásica a 380 V.
- Ventilación: forzada.
- Condiciones ambientales: 18 a 25 grados centígrados.
- Agua corriente: lavadero adecuado, para la limpieza de los mojadores.

Estos costes pueden rondar los 15.025 € (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 reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que queremos para la empresa.

El mobiliario de la oficina necesario estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación:

- Una mesa de despacho
- Un sillón de directivo
- Dos sillas de confidente
- Una armario estantería
- Una mesa de dibujo
- Un taburete
- Una estantería

El mobiliario del almacén estará compuesto por:

- Estanterías

El coste por estos elemento puede rondar los 4.525 € más IVA como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales.

6.3. Adquisición de un elemento de transporte

Para este negocio es recomendable disponer de un vehículo que permita realizar el transporte de la maquinaria, los útiles y productos de limpieza.

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 con un coste aproximado de 5.800 euros.

6.4. Equipamiento y utensilios I

Para comenzar la actividad habrá que realizar una compra de maquinaria y útiles básica, aunque posteriormente y en función de las necesidades de los diferentes trabajos se irán adquiriendo otras más específicas.

Equipo y maquinaria:

- Máquina offset de un color (formato mínimo de 350 x 500), con dispositivo numerador.
- Impresora digital Xerox Docucolor 12, junto al servidor Fiery +525
- Carretilla portapalés.
- Guillotina de formato adecuado al papel a utilizar.
- Campana de luz normalizada
- Un ordenador para maquetación Power Macs o PC Pentium.
- Un escáner de sobremesa.
- Un disco magnético-óptico.

Herramientas y utillaje:

Herramientas específicas para trabajar con las máquinas.

- Herramientas convencionales: cutter, regla metálica.
- Densitómetro de reflexión.
- Medidor de pH.
- Higrómetro de espada.
- Copa Ford.
- Micrómetro. Pie de rey.

- Cuentahílos.
- Pastera.
- Espátulas.
- «Software» de tratamiento de textos, imágenes y maquetación
- Clip Arts.
- Muestrarios de Pantone.
- Cintas métricas.
- Tipómetros de plástico transparente.
- Muestrarios de tipos.
- Muestrarios de papel.
- Instrumentos de dibujo

El coste global de la maquinaria, herramientas y utillaje se encuentra en torno a 100.000 euros más IVA. Existe un mercado de segunda mano en maquinaria que puede reducir los costes estimados considerablemente.

6.5. Adquisición de material de consumo

No es imprescindible realizar una compra excesiva de productos inicialmente, ya que se compraran según el tipo de trabajo los que sean necesarios para desarrollarlo. No obstante, se debería tener un mínimo de materiales de consumo, tales como:

- Papel de diferentes tipos, formatos y gramajes.
- Tintas de Gama
- Pantone y de distintos tipos de secaje.
- Disolventes.

- Aditivos para el agua.
- Aditivos para la tinta.
- Formas impresoras (planchas, numeradores y polímeros).
- Lubricantes.
- Felpa de mojadores.
- Aguja, hilo o bridas para mojadores.
- Cauchos.
- Útiles y materiales de limpieza (trapos, esponjas, cepillos de raíces...).
- Ropa de trabajo.
- Toner o tinta.
- Disquetes y removibles.
- Papel y cartulinas para artes finales.
- Lápices, plumas, rotuladores, papel, gomas.
- Material de dibujo.

El coste global de los distintos productos de limpieza se encuentra en torno a 3.000 euros más IVA.

6.6. Equipo informático

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de ticket y facturas.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.100 € más 176 € en concepto de IVA...

6.7. 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 1.392 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 3.700 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.8 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	1.850 €
Suministros	150 €
Sueldos	2.822 €
S.S. (Autónomo + trabajadores)	826 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	275 €
Total Pagos en un mes	6.073 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	18.219 €

6.9. 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	12.953 €	2.072 €	15.025 €
Mobiliario y decoración	4.525 €	724 €	5.249 €
Elemento transporte	5.800 €	928 €	6.728 €
Maquinaria	100.000 €	16.000 €	116.000 €
Stock inicial y materiales	3.000 €	480 €	3.480 €
Equipo informático	1.100 €	176 €	1.276 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	3.700 €	0 €	3.700 €
Fondo de maniobra	18.219 €	0 €	18.219 €
TOTAL	150.497 €	20.572 €	171.069 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Según estimaciones del sector, para un establecimiento de este tipo, el margen medio suele ser del 65% sobre las ventas

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 35% del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 185 m². 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 1.850 €.

- **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 € 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 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 60 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Para realizar el estudio se ha considerado que la tienda será atendida por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará a tres empleados, 2 oficiales y un auxiliar.

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)	900 €	225 € (*)	1.125 €
Oficial (2)	1.465 €	458 € (**)	1.923 €
Auxiliar (1)	457 €	143 € (**)	600 €
TOTAL	2.822 €	826 €	3.648 €

(*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por los trabajadores en Régimen General.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos como las reparaciones y el consumo de combustible así como otros gastos no incluidos en las partidas anteriores (reparaciones, tributos y seguros, etc.). La cuantía estimada anual será de 3.300 € anuales por lo que su cuantía mensual será 275 €.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.953 €	10 %	1.295 €
Mobiliario y decoración	4.525 €	20 %	905 €
Elemento de transporte	5.800 €	20 %	1.160 €
Maquinaria	100.000	20%	20.000 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
TOTAL ANUAL			23.635 €

(*) 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	1.200 €	33,3 %	400 €
TOTAL ANUAL			400 €

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 35% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, tributos y seguros, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	22.200 €
Suministros	1.800 €
Sueldos	33.864 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajadores)	9.912 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	3.300 €
Amortización del inmovilizado material	23.635 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	96.911 €
Margen bruto medio sobre ventas	65%
Umbral de rentabilidad	149.094 €

Esto supondría una facturación anual de 149.094 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 12.424 euros.

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, etc. La elección final 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	12.953 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	4.525 €	Fondos Ajenos	FA
Elemento transporte	5.800 €		
Maquinaria	100.000 €		
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	3.700 €		
Mercancía y materiales	3.000 €		
Tesorería (*)	18.219 €		
IVA soportado	20.572 €		
Total activo	171.069 €	Total pasivo	171.069 €

(*) Se consideran 18.219 € 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	130.000	150.000	175.000
Coste de las ventas (Ventas x 35%)	45.500	52.500	61.250
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	84.500	97.500	113.750

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	130.000	150.000	175.000
COSTE DE LAS VENTAS	45.500	52.500	61.250
MARGEN BRUTO	84.500	97.500	113.750
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	22.200	22.200	22.200
Suministros, servicios y otros gastos	1.800	1.800	1.800
Otros gastos	3.300	3.300	3.300
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	43.776	43.776	43.776
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	23.635	23.635	23.635
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	96.911	96.911	96.911
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 12.411	589	16.839

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de tres trabajadores, a lo que se le suma la cuota de autónomo y 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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.