

300 planes de negocio

**Plan de negocio
AUTOLAVADO DE VEHÍCULOS**

Sector de Servicios

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

En este proyecto se describe la creación de un centro de lavado de vehículos a través de la utilización de lanzas de agua a alta presión.

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

La legislación vigente es severa respecto a los aspectos medioambientales, determina la importancia de la utilización de productos de limpieza no contaminantes, y las instalaciones adecuadas para el control del agua:

- Real Decreto Ley 11/1995, de 28 de diciembre, sobre normas aplicables al tratamiento de las aguas residuales urbanas.
- Real Decreto 509/1996, por el que se desarrolla el anterior Real Decreto Ley.
- Decreto 537/2004, de 23 de noviembre, por el que se regulan los derechos de los consumidores y usuarios en las actividades de distribución al por menor y suministro a vehículos de combustibles y carburantes en instalaciones de venta directa al público y las obligaciones de sus titulares.
- Real Decreto 865/2003, de 4 de julio, por el que se establecen los criterios higiénico-sanitarios para la prevención y control de la legionelosis. BOE núm. 171 del 18 de julio.

Además, es una actividad clasificada y habrá que solicitar la licencia de apertura en el ayuntamiento correspondiente al municipio de localización del negocio.

Así mismo habrá que tener en cuenta las ordenanzas correspondientes a la ciudad.

1.2. Perfil del emprendedor

Este negocio está indicado para hombres o mujeres de cualquier edad. Se recomienda que la persona que vaya a montar este negocio tenga algún conocimiento sobre el funcionamiento de la maquinaria necesaria. Así mismo, sería interesante que tuviera algunos conocimientos de mecánica si bien no es requisito indispensable para emprender este negocio.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Según cifras del sector, el mercado del lavado de vehículos en España puede cuantificarse alrededor de los 400 millones de lavados al año, de los cuales aproximadamente el 40% se hacen en lavados automáticos y el 60% restante los hacen los particulares ellos mismos, estos últimos usuarios son la población objetivo del negocio a estudiar.

La demanda del sector se halla vinculada al número de vehículos existentes en la zona. En ello influyen tanto las nuevas matriculaciones como el mercado de segunda mano:

- **Evolución del número de vehículos matriculados**

Según los datos proporcionados por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) el número de automóviles matriculados en los últimos años es el que se muestra en la siguiente tabla:

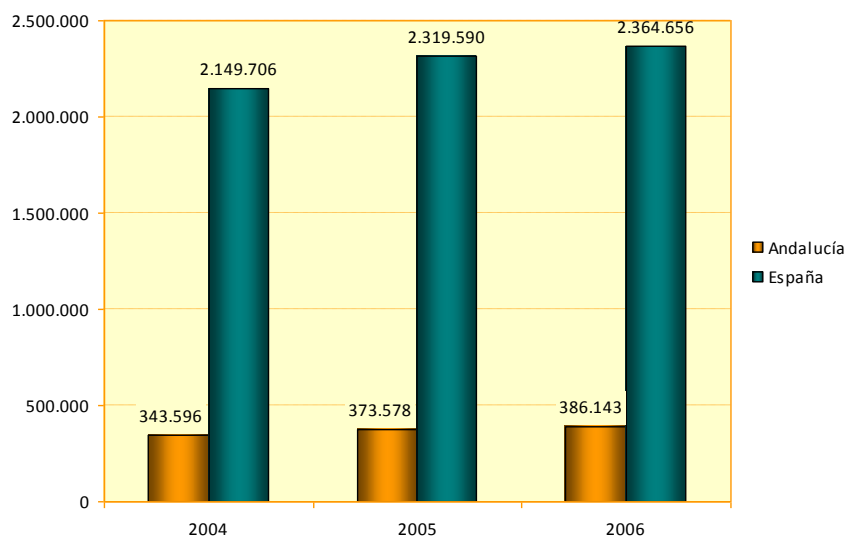
Evolución de los vehículos matriculados por provincias					
	2002	2003	2004	2005	2006
Almería	22.689	25.310	29.217	33.245	32.914
Cádiz	36.605	41.568	49.110	54.386	56.254
Córdoba	22.662	24.456	28.253	30.592	32.163
Granada	28.246	31.454	38.001	42.574	43.384
Huelva	13.833	14.746	18.339	20.436	21.005
Jaén	15.313	16.478	19.115	20.752	21.801
Málaga	72.037	78.235	86.510	89.693	92.173
Sevilla	56.163	63.093	75.051	81.900	86.449
Andalucía	267.548	295.340	343.596	373.578	386.143

Fuente: Junta de Andalucía. (SIMA – Instituto de Estadística de Andalucía)

Como se observa, la evolución de los vehículos matriculados en Andalucía ha seguido una tendencia creciente en los últimos años. Sólo la provincia de Almería ha

experimentado una leve caída en el año 2006. La subida más fuerte se observa entre los años 2003 y 2004.

Al igual que en Andalucía, la tendencia en España es positiva. Fijémonos en el siguiente gráfico que demuestra lo expuesto:



Fuente: Junta de Andalucía. (SIMA – Instituto de Estadística de Andalucía)

Elaboración: Factor Consultores, S.A.

▪ Mercado de vehículos de segunda mano:

El mercado del coche de segunda mano en los últimos años ha proporcionado un gran volumen de vehículos que necesitan una puesta a punto para su venta, por ello se observa como un mercado potencial para servicios de autolavado.

Por otra parte, en el año 2003 (último año del que disponemos de datos de este tipo) había en Andalucía un parque de 3.708.398 vehículos, de los cuales el 81% son turismos.

Por último, comentar que el lavado mediante presión de agua se utiliza cada vez más puesto que gastas el tiempo y dinero que necesitas para lavar tu vehículo y su efectividad es muy alta.

2.2. La competencia

Por otra parte, para el análisis de la competencia hay que distinguir varios tipos principales de competidores:

- *Centros de lavado a presión que se dedican a la misma actividad que nuestro negocio con similares características* de tamaño y oferta de servicios a los que se proponen en este proyecto. 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 limpieza manual de vehículos:* Hay empresas que ofrecen un servicio de limpieza integral del vehículo por un precio determinado independientemente del tiempo que tarden en realizar el trabajo. Lo hacen de forma manual y en muchas ocasiones se ofertan como un servicio complementario en los talleres de reparación.
- *Servicios de autolavado mediante trenes de lavado.* Estos servicios normalmente se incluyen como complementario a otros servicios, no suele darse como un negocio aparte. Es habitual encontrarlos en las gasolineras. La principal ventaja de nuestro negocio frente a este es que se puede lavar cualquier tipo de vehículo y es más difícil que se raye la pintura del vehículo.
- *Gasolineras:* La mayoría poseen servicios de autolavado a presión y lavado a máquina.

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

El hecho de que la industria de automoción haya crecido redonda en un incremento de las ventas de los centros de autolavado. Sin embargo también hay que tener en cuenta no sólo la competencia anteriormente comentada sino la competencia desleal ejercida por los autolavados ilegales.

2.3. Clientes

Los clientes de este tipo de empresas suelen ser clientes particulares propietarios de turismos, motocicletas e incluso bicicletas. Hay determinadas empresas que también pueden utilizar los servicios de este negocio para lavar su flota de vehículos aunque no es lo habitual. Por ello, nos dirigiremos a los usuarios particulares provenientes de los alrededores más cercanos y, en general, de toda la ciudad.

El cliente es cada vez más exigente en cuanto a la calidad y la garantía del servicio.

Actualmente, es primordial que el servicio posea una buena relación calidad-precio. Es decir, que el precio que se pague sea compensado por la efectividad del lavado.

Por último, es necesario en este apartado comentar la temporalidad que caracteriza a este servicio. En aquellos meses en los que la lluvia es más continuada y tupida es cuando la clientela se reduce. Sin embargo, hay que tener en cuenta en este caso que la climatología andaluza en este caso nos favorece.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Un negocio como este puede enfocarse de varias formas. Cada una de estas opciones estratégicas requerirá un cambio en el concepto del negocio y, por tanto, en sus características. En primer lugar hay que tener muy claro qué es lo que queremos ofrecer y de qué forma queremos ser percibidos por nuestros clientes.

En el caso de un autolavado es esencial que los clientes lo vean como un servicio fiable, económico y eficaz.

Algunas de las opciones estratégicas posibles son las siguientes:

- **Autolavado con tren de lavado.** Incluye no sólo las pistas de agua a presión sino también un tren mecánico de lavado. La ventaja es que ofrece un servicio de lavado para aquellos usuarios que tengan prisa y evita la pérdida de los clientes habituales que en esos casos acuden a trenes de lavado. El inconveniente es que el concepto que se quiere destacar (el lavado mediante agua a presión que, a diferencia del tren de lavado, no daña la pintura) queda algo diluido.
- **Lavado de vehículos móvil.** Es un nuevo concepto de negocio muy innovador. Se trata de unas máquinas de lavado de agua a presión móviles cuya función es la de limpiar el vehículo en aquellos lugares en los que está estacionado. Lo interesante de este negocio es intentar dirigirse a centros comerciales y parkings para ofrecer este servicio a los clientes. El aspecto positivo es que requiere una menor inversión que las otras opciones estratégicas. Además el hecho de que gaste pocos litros de agua por lavado influye positivamente en el cuidado del medioambiente. La contraposición con el autolavado es que hay que contratar a más personal en plantilla para que realizan el lavado con estas máquinas.
- **Centro de mantenimiento de vehículos.** Esta opción requiere un concepto de negocio más amplio. No sólo se dedicaría al lavado de vehículos sino que también realizaría trabajos de mantenimiento de vehículos no muy complejos como cambio de aceite, cambio de filtros, engrase del motor, presión de ruedas, etc. También aquí podría incluirse la limpieza manual del vehículo.

Esto requeriría no sólo disponer de un pequeño taller en las instalaciones sino también contar con personal cualificado en mecánica.

- **Pequeño autolavado.** Es la opción estratégica sobre la que se va a desarrollar este negocio. Se trata de ofrecer exclusivamente el autoservicio de lavado de coches mediante lanzas de agua a presión. El concepto es menos complejo y por tanto es más fácil definir la visión y los objetivos de nuestro negocio. Es necesario posicionar nuestro servicio como *económico, de fácil utilización y eficaz.*

De la mayoría de estos negocios existen franquicias. Es una opción interesante puesto que no sólo te proporciona el know-how ("saber hacer") de este negocio sino que además te da una imagen conocida y asesoramiento. El inconveniente es que hay que pagar un canon de entrada que eleva mucho la inversión inicial.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Desarrollo de las actividades

Los servicios que se van a ofrecer en este negocio van a ser los siguientes:

1. Actividad principal:

La actividad principal será la limpieza exterior del vehículo a través de lanzas de agua a presión. Se incluirán las siguientes fases de lavado:

1. Lavado con agua y jabón
2. Aclarado
3. Abrillantado

La actividad se desarrollará en la forma de autoservicio por parte de los usuarios. El funcionamiento consistirá en la introducción de monedas o fichas en la máquina de presión (existen máquinas que admiten tanto las fichas como las monedas). Según el importe introducido se da un tiempo determinado de funcionamiento de la máquina, cuantas más monedas se introduzcan mayor será el tiempo. En dicho tiempo, será decisión del usuario el utilizar todos los programas de lavado o sólo alguno de ellos.

2. Otros servicios:

- Aspiradores.
- Llenado de aire de ruedas.
- Agua.
- Máquina expendedora de paños.

De ellos, nuestro centro ofrecerá el aspirado para el interior del vehículo. A medida que se incremente el volumen de negocio podemos ir completando la oferta.

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. Realmente, el precio del servicio dependerá de lo que quiera gastar el cliente. En el mercado se suele pagar como media 3 euros por lavado.

Habrá que tener en cuenta los precios de la competencia y lo que esté dispuesto a ofrecer al cliente. La fijación de precios la haremos en función de los minutos. En este negocio fijaremos un precio de 1€ por 2,5 minutos.

4.3. Comunicación

Debido a la gran oferta que existe en el sector de empresas que ofrecen autolavado a presión de vehículos y servicios similares, es importante establecer una política de comunicación extensa para dar a conocer los servicios que ofrece el negocio y diferenciarlo de los demás.

Una opción muy interesante es la de ofertar determinadas promociones como los descuentos para próximos lavados o regalo de una ficha al comprar un número determinado. Cada ficha equivale a 1 €.

También se podría hacer un reparto de folletos en los parabrisas de los coches con una oferta de inauguración del negocio, por ejemplo: los 3 primeros minutos son gratuitos.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Este tipo de negocios suele estar muy automatizado por lo que hay centros de autolavado que no tienen personal en plantilla. En este caso el emprendedor será el único que trabaje en el centro que ocupará la pequeña caseta que se instalará a modo de oficina. En periodos de mayor demanda, se puede optar por contratar al personal necesario a tiempo parcial. El emprendedor tendrá que estar dado de alta en la Seguridad Social como autónomo.

Las actividades que realizará son las siguientes:

- Captación de clientes.
- Negociación con los clientes.
- Contabilidad de la empresa.
- Vigilancia de las instalaciones y asistencia técnica de las máquinas en caso de que se produzca alguna incidencia. En este caso supondremos que tiene los conocimientos necesarios para ello.

Se podría contratar a una persona para que hiciera esta última función pero en este caso supondremos que es la misma persona emprendedora la que se ocupa de ello.

HORARIOS

El horario recomendable para un negocio de este tipo es el de las 24 horas. Esto es posible porque al estar todas las actividades automatizadas no es necesario contratar a más personal para el turno de noche. El emprendedor estará ocho horas, 4 por la mañana y 4 por la tarde.

5.2. Formación

Para la realización de las actividades ofertadas, no se requiere formación específica, aunque sí es necesario poseer algunos conocimientos sobre el funcionamiento de las máquinas a presión. Para ello se puede contratar a una empresa que asesore al emprendedor y hacer un curso de formación. Además, en este sector es frecuente la subcontratación en áreas de gestión de la empresa, especialmente los servicios de asesoría, sobre todo las relacionadas con temas jurídicos y gestión de personal (contratación, nóminas).

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 DE LAS INSTALACIONES

La ubicación de las instalaciones es tremendamente importante puesto que supone un elemento fundamental para la supervivencia del negocio. Es esencial estudiar las posibles zonas para conocer el flujo de vehículos que se mueven en ella.

Además se recomienda instalarla cercana a centros comerciales, oficinas, etc.

Es importante que el lugar en donde se ubique, exista espacio para la fácil circulación de los vehículos.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Las instalaciones deben tener una superficie mínima de unos 400 m². Nuestro centro de autolavado tendrá tres pistas de lavado: dos cubiertas y una descubierta. Además dispondrá de una zona aparte con dos aspiradores. Habrá así mismo, una caseta técnica. No podemos olvidar los aseos-sanitarios que tendrán una superficie de 5 m².

Las características de las instalaciones serán acordes a las disposiciones de las ordenanzas municipales, en lo que respecta a la superficie, acceso, posibilidad de depósito en garajes próximos, etc.

Por otra parte habrá que realizar la construcción civil para acondicionar el terreno de forma que nos permita incluir un sistema de tratamiento de aguas residuales.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DE LAS INSTALACIONES

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo** que incluye:
 - Alcantarillado
 - Boxes de autolavado (dos cubiertos y uno sin cubrir)
 - Máquinas de lavado de alta presión
 - Alumbrado de los boxes
 - Sistema de tratamiento de aguas (cisterna, osmosis inversa...), etc.
- **Acondicionamiento interno:** Hay que dotar a las instalaciones de una caseta técnica prefabricada en acero inoxidable. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Los costes de acondicionamiento suelen rondar los 78.000,00 € más IVA. A esto habrá que sumarle los costes de la preparación del terreno para los vehículos y todo lo que incluye el proyecto de obra civil. Habrá por tanto 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 133.400,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el terreno. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el terreno ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Mobiliario y decoración

El mobiliario necesario es mínimo, solo va a comprender el de la oficina y algún armario para guardar repuestos, por si alguna máquina los necesita, y utensilios de limpieza. El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad cuidando su vez todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que queremos para el negocio.

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

- Una mesa de despacho
- Un sillón de directivo
- Un armario estantería

El coste por estos elementos puede rondar los 1.160,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico.

6.3. Equipamiento, herramientas y útiles

Para este proyecto se ha planteado la ubicación de dos aspiradores. Cada aspirador tiene un precio de 3.000,00 € con el IVA incluido.

Además, habrá que dotar a las instalaciones de un utillaje para el arreglo de posibles incidencias que pudieran surgir en la maquinaria del centro de lavado.

Los costes totales rondan los 7.656,00 euros (IVA incluido).

6.4. Primera compra de material de consumo

Para este negocio será necesario proveerse de repuestos de las máquinas para velar por el correcto funcionamiento de estas.

Así mismo habrá que comprar los detergentes utilizados para las máquinas de autolavado. Estos serán biodegradables con el fin de no ser agresivos con el medioambiente.

Los costes de una primera compra de materiales consumibles para la realización de la actividad rondan serán de 16.820 € (IVA incluido).

6.5. Equipo informático

De momento no se va a disponer de ningún equipo informático en la oficina, si bien puede plantearse como una opción en el futuro con el fin de controlar telemáticamente el funcionamiento del centro.

6.6. 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 3.480 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 o terreno, lo que puede rondar los 7.200,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del terreno y sobre todo de la ubicación del mismo). Para montar un autolavado se debe contar con un terreno de un mínimo de 300 m². Éste puede ser propiedad o alquilado. En nuestro caso supondremos que el emprendedor no dispone de terrenos por lo que arrendará uno de 400 m² lo más cercano posible a la ciudad. Una opción muy interesante es la de ubicar el negocio en un polígono industrial o empresarial cuyo coste de alquiler por metro cuadrado es menor que en una superficie más céntrica y además te aseguras una buena clientela.

6.7. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	4.176,00 €
Suministros	406,00 €
Sueldos	1.700,00 €
Servicios externos (asesoría y limpieza)	232,00 €
Publicidad	116,00 €
Otros gastos	580,00 €
Total Pagos en un mes	7.210,00 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	21.630,00 €

* Las cantidades llevan el IVA incluido.

6.8. 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
Acondicionamiento de las instalaciones	115.000,00 €	18.400,00 €	133.400,00 €
Mobiliario y decoración	1.000,00 €	160,00 €	1.160,00 €
Equipamiento, herramientas y útiles	6.600,00 €	1.056,00 €	7.656,00 €
Primera compra de consumibles	14.500,00 €	2.320,00 €	16.820,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	3.000,00 €	480,00 €	3.480,00 €
Fianzas	7.200,00 €	0,00 €	7.200,00 €
Fondo de maniobra	21.630,00 €	0,00 €	21.630,00 €
TOTAL	168.930,00 €	22.416,00 €	191.346,00 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes en un autolavado dependen de varios factores. Entre ellos destaca la fijación de precios en función del nivel de vida de la zona en la que se ubique el negocio. El hecho de que en una determinada zona se abastezca a más o menos clientes influye en los precios y, por lo tanto, en los márgenes.

Según informaciones del sector los márgenes sobre ventas suelen rondar el 65% pero con algunos gastos fijos incluidos. Se trata del margen medio anual puesto que la climatología influye directamente en las ventas.

Para realizar este estudio hemos utilizado un margen anual del 70% sobre las ventas.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumos:**

Los costes variables de este negocio estarán formados en es este negocio por el consumo de agua y detergente, principalmente. Además se incluye un pequeño porcentaje referido al consumo de piezas de repuesto de las máquinas. El consumo de estos materiales y consumibles se estima en un 30% del volumen de las ventas del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con unas instalaciones de unos 400 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones de las instalaciones, para el estudio se ha estimado un precio de 3.600,00 €.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, teléfono... El agua no se ha incluido aquí por haberse tenido ya en cuenta como gasto variable. También se incluyen servicios y otros gastos (productos de limpieza, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 350,00 € 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 y reparaciones además del servicio de limpieza que contratemos en ocasiones puntuales. Estos gastos serán de unos 200,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Para realizar el estudio se ha considerado que la plantilla inicial estará compuesta únicamente por el emprendedor que va a llevar a cabo el negocio.

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)	1.700,00 €	0,00 € (*)	1.700,00 €
TOTAL	1.700,00 €	0,00 €	1.700,00 €

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

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (tributos y seguros, etc.).

En este apartado incluiremos un seguro de accidentes para nuestro autolavado. La cuota depende de las condiciones y características del seguro que vamos a contratar.

En conjunto, la cuantía global estimada anual por estos conceptos será de 6.000,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 500,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	115.000,00 €	10 %	11.500,00 €
Mobiliario y decoración	1.000,00 €	20 %	200,00 €
Equipamiento y herramientas	6.600,00 €	20%	1.320,00 €
TOTAL ANUAL			13.020,00 €

(*) La amortización de la adecuación de las instalaciones se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación de las instalaciones sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el terreno 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	3.000,00 €	33,3 %	1.000,00 €
TOTAL ANUAL			1.000,00 €

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 la prestación del servicio.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de materiales (se ha supuesto un consumo del 30% de los ingresos) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, tributos y seguros, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	43.200,00 €
Suministros	4.200,00 €
Sueldo del emprendedor	20.400,00 €
Gastos por servicios externos	2.400,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otros gastos	6.000,00 €
Amortización del inmovilizado material	13.020,00 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.000,00 €
Total gastos fijos estimados	91.420,00 €
Margen bruto medio sobre ventas	70%
Umbral de rentabilidad	130.600,00 €

Esto supondría una facturación anual de 130.600,00 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 10.883,33 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 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	115.000,00 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento y herramientas	6.600,00 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	1.000,00 €		
Gastos de constitución	3.000,00 €		
Fianzas	7.200,00 €		
Materiales de consumo	14.500,00 €		
Tesorería (*)	21.630,00 €		
IVA soportado	22.416,00 €		
Total activo	191.346,00 €	Total pasivo	191.346,00 €

(*) Se consideran 21.630,00 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	120.000,00	140.000,00	160.000,00
Consumos (Ingresos x 30%)	36.000,00	42.000,00	48.000,00
Margen bruto (Ingresos- Coste de los ingresos)	84.000,00	98.000,00	112.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	120.000,00	140.000,00	160.000,00
CONSUMOS	36.000,00	42.000,00	48.000,00
MARGEN BRUTO	84.000,00	94.000,00	112.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	43.200,00	43.200,00	43.200,00
Suministros, servicios y otros gastos	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Otros gastos	6.000,00	6.000,00	6.000,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	20.400,00	20.400,00	20.400,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	2.400,00	2.400,00	2.400,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	13.020,00	13.020,00	13.020,00
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.000,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	91.420,00 €	91.420,00 €	91.420,00 €
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-7.420,00 €	6.580,00 €	20.580,00 €

(1) El gasto de personal estará integrado únicamente por el sueldo para la persona que gestione el negocio, a lo que se le suma la cuota de autónomo.

(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.