

300 planes de negocio

**Plan de negocio
COPISTERÍA**

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

La actividad principal que desarrolla este tipo de negocios es la reproducción de documentos impresos. A parte de ello, también suelen ofrecer otro tipo de actividades complementarias como encuadernado, plastificado...

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

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la siguiente:

- Ley 14/1966, de 18 de marzo, de prensa e imprenta.
- Ley 10/1998, de 21 de abril, de residuos.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Es necesario disponer de la licencia CEDRO (Asociación que gestiona los derechos de propiedad intelectual de los autores y editores españoles).

Además, lo habitual en este tipo de negocios es comercializar algunos productos de papelería, aunque no será este nuestro caso. Para ello, tendremos que tener en cuenta la normativa que hace referencia al comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto no presenta grandes dificultades para llevarlo a cabo puesto que no requiere experiencia previa ni formación.

El perfil idóneo se corresponde con personas que tengan ganas de emprender y estén dispuestas a adquirir conocimientos sobre los artículos y el funcionamiento del negocio, ya que debido a la alta competencia que existe en el sector, se tiene la obligación de ir a buscar a los clientes.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Las estadísticas indican que el desarrollo de nuevos soportes tecnológicos no ha conseguido desplazar al papel, y que medios como la informática han disparado su consumo entre los particulares y empresas que requieren la reproducción rápida de documentos. A pesar de tratarse de un sector muy competitivo, los emprendedores más perspicaces pueden encontrar la oportunidad de introducirse sacando partido a su inversión.

Según el Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística (DIRCE), en el año 2007 había 15.940 empresas incluidas dentro del epígrafe de las Artes Gráficas y actividades de servicios relacionados con las mismas, del CNAE. De estas, 2.390 estaban ubicadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía. De este volumen de negocio, aproximadamente un 75% corresponde a las medianas empresas de reprografía y el 25% restante a las pequeñas copisterías tradicionales.

En total, este tipo de empresas empleaban según datos del Instituto de Estadística de Andalucía en el año 2006 a un total de 90.812 trabajadores en España y a 7.534 en Andalucía.

La distribución de estos establecimientos empresariales, incluidos en la clasificación nacional dentro del sector industrial, por provincias andaluzas es la siguiente:

Sectores	Número de establecimientos								
	TOTAL	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	2.390	126	359	264	284	83	164	466	644
Total sector industrial	45.760	3.280	5.007	7.507	5.284	2.414	4.887	6.881	10.500

Fuente: Directorio de establecimientos con actividad económica en Andalucía. IEA. 2006.

El mayor inconveniente con el que cuenta este tipo de negocio es la amplia competencia, ya que debido a los avances tecnológicos, la reprografía ya no es sólo campo exclusivo de profesionales si no también de particulares.

La puesta en marcha de un establecimiento dedicado a la reproducción rápida de documentos e imágenes dependerá de los conocimientos que se tengan de la actividad, de los recursos disponibles y de las aspiraciones empresariales de los promotores.

2.2. La competencia

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

- *Papelerías y copisterías.* Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en esa zona y apostar por la diferenciación.
- *Centros de reprografía.* Son centros de mayor inversión y cuyos principales clientes son otras empresas, puesto que están pensados para grandes volúmenes de trabajo.
- *Imprentas.* Algunas de ellas ofrecen servicios reprográficos, si bien están especializadas en la impresión para empresas.
- *Particulares.* Más que un competidor suponen una amenaza a servicio puesto que sustituye a este. Las nuevas tecnologías permiten que una gran mayoría de la población pueda disponer de impresora, ya sea en su propio hogar o en su lugar de trabajo.

2.3. Clientes

Este establecimiento tendrá como objetivo captar, básicamente, dos grandes colectivos:

- Sector empresas (zonas de oficinas, comercios, instituciones públicas, etc.).
- Población estudiantil (escolares, formación profesional, universitarios, academias, etc.).

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La línea estratégica que va a seguir nuestro negocio se basa en un negocio modesto, dedicado exclusivamente al servicio de copistería. En principio no va a seguir ninguna estrategia de especialización, dirigiéndose al público en general y tratando de ofertar sus servicios a precios competitivos.

En la actualidad, el éxito de un negocio como el que se propone se basa en conseguir la satisfacción del cliente mediante una oferta adecuada a sus necesidades y una buena atención.

Esta estrategia debe basarse en los siguientes aspectos:

- **Envío de documentos**, debido a la necesidad de muchos profesionales de este servicio de forma rápida y con alta calidad.
- **Precios** competitivos.
- **Amplitud de horarios y de oferta**, que el cliente pueda encontrar lo que desea. Para ello, es conveniente ir diversificando la oferta en función de las necesidades que se vayan detectando en los clientes. Se pueden incorporar nuevas líneas de productos como:
 - Material de papelería
 - Material de oficina
 - Camisetas
 - Tarjetas de visitas
 - Folletos buzoneo
 - Sellos de goma
 - Participaciones de boda
 - Quiosco fotográfico

- **Fomentar los acuerdos de colaboración** y de integración con los distribuidores. Así podrán ofrecerse a los clientes mejores promociones, etc.
- **Aprovechar las nuevas tecnologías** para reducir costes e incluso ampliar mercados, con la informatización, acceso a Internet, la gestión es más ágil y cómoda.
- **Imagen y distribución del establecimiento.**

Es muy importante la imagen que se transmite a través de todos los elementos del negocio siendo necesario cuidar con detalle el diseño tanto exterior como interior de la tienda.

- **Uso de las técnicas de marketing.**

Para asegurar las ventas se hace necesario desarrollar determinadas acciones de marketing destinadas a dar a conocer el establecimiento así como a los distintos artículos que componen la oferta.

Para ello se pueden usar las distintas técnicas de marketing como pueden ser anuncios, folletos... aunque la mejor fórmula consiste en la búsqueda de la satisfacción del cliente a través del asesoramiento y la atención especializada.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Las líneas de negocio que se pueden incorporar son las siguientes:

1. Copias color o blanco y negro: impresión de múltiples copias de todo tipo de documentos, en color o en blanco y negro.
2. Copias de planos: impresión y doblado.
3. Plastificados: impresión y plastificación de cualquier tipo de documento, títulos, oficiales o privados.
4. Encuadernados: impresión y encuadernación de todo tipo de trabajos, proyectos, catálogos, tesis doctorales, etc.
5. Servicio de fax
6. Escaneados
7. Cartelería: impresión de carteles o cualquier elemento comunicativo.

4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos. La fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tipo y calidad de los artículos que se venda, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

Se puede establecer una línea de precios por volumen de pedidos, incentivando a los clientes a realizar pedidos de más tamaño. Esta estrategia siempre debe tener una visión comercial, y teniendo en cuenta las reacciones de los competidores. Una tarifa de precios orientativa sería la siguiente:

SERVICIO	PRECIO (sobre A4)
Fotocopias b/n	0,05 €/udad.
Fotocopias en color	0,50 €/udad.
Transparencias	1,20 €/udad.
Plastificado	1,20 €/udad.
Encuadernado	1,50 €/udad.
Fax	1ª hoja: 1,00 €. Resto:0,50€
Copias de planos	(A1) 2,00 €/udad.
Impresión de carteles	10,00 €/udad.



4.3. Comunicación

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación para el negocio son las que se exponen a continuación:

- El personal debe transmitir **profesionalidad**, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Se podría establecer la **recogida y entrega a domicilio** de forma gratuita siempre y cuando el importe fuese superior a uno establecido.
- **Publicidad:** buzoneo por la zona donde se ubique el negocio; folleto en el local sobre ofertas mensuales; mailing a empresas; Páginas Amarillas, etc.
- **Promociones:** bonos de fotocopia con los cuales la unidad sale más económica, tarjeta para acumular puntos, etc.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el "**boca a boca**" sea la mejor publicidad para el negocio.

Crear una página web es una opción válida debido al servicio que se ofrece, permitiendo exponer de una forma más explícita el conjunto de las actividades, y facilitando el contacto con los clientes. Hay copisterías que ofrecen sus servicios *on-line*, a través de la recepción de documentos y posterior envío de estos al domicilio del cliente. De momento, será una herramienta comunicativa que pospondremos.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Inicialmente proponemos que la copistería tenga una envergadura tal que pueda ser gestionada por el propio emprendedor. De esta manera, podrán irse observando las posibilidades de crecimiento que ofrece este sector. Si el negocio funciona, se podrán ir reinvertiendo los beneficios generados para incrementar las dimensiones de la copistería.

Por este motivo, el personal será únicamente el emprendedor/a que se dará de alta en el Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social. Las tareas que desarrollará serán, entre otras, las siguientes:

- 1) Realizar pedidos y devoluciones.
- 2) Recepcionar mercancía.
- 3) Establecer políticas de precios y promociones con la idea de incrementar el margen bruto por periodo.
- 4) Marcar precios según política de márgenes.
- 5) Implantar con criterios de merchandising (de tienda y escaparate).
- 6) Adaptar el surtido a las demandas del cliente (mejorar la rotación)
- 7) Atender y asesorar a la clientela.
- 8) Cobro clientes y pago a proveedores.
- 9) Cierre de caja diario.
- 10) Ingresos diarios en banco.
- 11) Recibir a los representantes.
- 12) Etc.

Según la evolución de las ventas y el nivel de concentración de las mismas en determinadas épocas del año se decidirá la contratación temporal, por incremento de actividad, de otra persona.

HORARIOS

Respecto a los horarios, el horario de apertura al público debe adaptarse a las demandas de los clientes siempre y cuando no supere las 72 horas semanales limitadas por la Ley del Comercio Interior de Andalucía. Así se abrirá de lunes a sábado adaptando el horario a las necesidades de la clientela.

5.2. Formación

La formación que se precisa son los genéricos de gestión de un negocio y un buen conocimiento del sector.

Existen ofertas de Formación Profesional relacionadas con las Artes Gráficas. Entre ellas se encuentran los siguientes títulos:

- Técnico Superior en Diseño y Producción Editorial.
- Técnico Superior en Producción en industrias de Artes Gráficas.
- Técnico en Preimpresión de Artes Gráficas.
- Técnico en Impresión de Artes Gráficas.
- Técnico en Encuadernación y Manipulado de papel y cartón.

La formación es recomendable. Sin embargo, personas que no tienen estos conocimientos pero poseen experiencia en el sector están perfectamente capacitadas para llevar a cabo esta actividad.

Los conocimientos básicos de gestión de una copistería son:

- Organización y gestión del local.
- Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
- Informática de gestión y manejo del software para el sector.

Respecto a las tareas de venta, es necesario contar con formación teórica y práctica relativa al sector y saber como tratar a los clientes.

Debido a la relación directa que tiene este tipo de negocio con las nuevas tecnologías, se hace necesaria la continua formación en esta materia para no quedarse obsoleto. Para ello, se puede recurrir a los distintos cursos de formación que existen en el sector.

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 se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

Para ubicar el establecimiento, hay que tener en cuenta a los clientes a los que nos vamos a dirigir. Así pues, lo interesante será ubicar el local en zonas transitadas, cercanas a campus universitarios o a organismos públicos.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local que se observa en el mercado es muy variado, desde los 30 m² hasta grandes superficies. Esta diferencia depende fundamentalmente de la meta empresarial del emprendedor. Para este proyecto consideramos adecuado un local de unos 50 m².

En el interior del comercio hay que lograr la máxima racionalidad del espacio. Para ello, sería conveniente dividir el local en:

- Zona de atención al cliente y ubicación de maquinaria: supondrá 40 m²
- Almacén: En esta zona se mantiene un pequeño stock de los materiales necesarios para el funcionamiento del negocio. Se utilizarán 5 m²
- Aseo. Al igual que en el almacén, serán utilizados los 5 m² restantes.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres...
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 16.737,85 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Mobiliario y decoración

Debe conseguirse la máxima funcionalidad reparando su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio. Además debe resultar cómodo para los clientes.

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación: Mostrador, muebles expositores y estanterías, taburete.

El coste por estos elemento puede rondar los 2.784,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Equipamiento

Para este tipo de negocio, las maquinarias básicas serían:

- Fotocopiadora blanco y negro
- Fotocopiadora/impresora digital color
- Plotter
- Encuadernadora
- Plastificadora
- Copiadora/cortadora de planos
- Fax
- Cizalla

El coste total de todo este equipamiento ascendería a 63.800,00 € (IVA incluido). Como puede observarse, la partida en maquinaria en este negocio es muy importante.

6.4. Adquisición del stock inicial

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

- Papel de diferentes tipos y formatos.
- Tintas
- Tapas, bolsas de plastificar, etc.

El coste global de estos distintos productos rondaría los 8.722,69 € IVA incluido.

Con esta cantidad se cubre una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses a comprar una mayor variedad de artículos.

Para una pequeña copistería es prácticamente imposible comprar directamente a fábrica debido a los pedidos mínimos que se exigen. Es más conveniente, al menos hasta que las ventas permitan otra cosa, comprar a mayoristas de la zona que si bien tienen precios más elevados, ofrecen servicios adicionales.

6.5. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas. Además habrá que disponer de un ordenador exclusivo para conectarlo a las máquinas de impresión. El coste de estos equipos informáticos es de 2.502,59 € más 400,41 € en concepto de IVA.

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

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 2.320,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy

variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 1.500,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

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 del en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	870,00 €
Suministros	174,00 €
Sueldo	1.570,00 €
Asesoría	116,00 €
Publicidad	116,00 €
Otros gastos	192,06 €
Total Pagos en un mes	3.038,06 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	9.114,18€

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
Adecuación del local	14.429,18€	2.308,67 €	16.737,85 €
Mobiliario y decoración	2.400,00€	384,00 €	2.784,00 €
Equipamiento	55.000,00 €	8.800,00 €	63.800,00 €
Stock inicial y materiales	7.519,56 €	1.203,13 €	8.722,69 €
Equipo informático	2.502,59 €	400,41 €	2.903,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Fianzas	1.500,00 €	0,00 €	1.500,00 €
Fondo de maniobra	9.114,18 €	0,00 €	9.114,18 €
TOTAL	94.465,51€	13.416,21€	107.881,72€

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Prácticamente, la totalidad de los costes del negocio son fijos. Los costes variables estarán formados principalmente por el consumo de material empleado para la realización de los pedidos de los clientes.

Según información proporcionada por proveedores del sector los márgenes según los servicios que prestamos son los siguientes:

DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO	REPARTO VENTAS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Fotocopias b/n	42%	66%	27,72%
Fotocopias color	28%	77,10%	21,59%
Copiado de planos	7,5%	86,4%	6,48%
Impresión	10,5%	70%	7,35%
Encuadernación	12%	80%	9,6%
MARGEN MEDIO BRUTO SOBRE	100 %		72,74%

El margen neto de las fotocopias una vez descontados todos los gastos fijos y variables suele rondar el 10 % sobre los ingresos. Dado que la actividad principal de este negocio será el servicio de copistería, para la realización de este estudio vamos a tomar un margen medio sobre ventas del 72,74%, lo que supone un consumo del 27,26% y un margen sobre compras del 266,84%.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumibles:**

Como hemos comentado el consumo se ha estimado en un 27,26% de los ingresos.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50 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 750,00 €.

- **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 150,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 100,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 100,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.570,00 € (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.570,00 €	0,00 € (*)	1.570,00 €
TOTAL	1.570,00 €	0,00€	1.570,00 €

(*) Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo incluida en el sueldo.

En las épocas en las que fuera necesario contar con personal de apoyo, se podría contratar a un empleado para refuerzo de las ventas.

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 1.200,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 100,00 €.

Aparte de estos otros gastos, tenemos que incluir aquí la licencia CEDRO al tratarse de un negocio de reprografía abierta al público donde se fotocopia material protegido por el Derecho de Autor. Esta licencia permite la reproducción mediante fotocopia de:

- La totalidad de un artículo o trabajo de una publicación periódica.
- Hasta un 10% de cualquier obra impresa.
- Hasta 15 páginas de cada partitura, siempre y cuando dicha cantidad de páginas no supere el 20% del total de páginas que conforman la obra.

La duración de esta licencia es anual, y su tarifa depende de dos criterios:

- La velocidad de los equipos del centro reprográfico comercial.
- La ubicación del centro reprográfico.

Tipo de máquina	Tipo de Establecimiento		
	A	B	C
Hasta 15 cpm*	134,22 euros	196,89 euros	294,95 euros
De 16 a 49 cpm*	272,45 euros	393,40 euros	585,75 euros
50 o más cpm*	411,26 euros	585,75 euros	880,69 euros
Límites máximos	1.714,96 euros	2.451,09 euros	

*cpm: copias por minuto.

Fuente: Tarifas 2008. Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO).

En este estudio se ha considerado, la velocidad de la maquinaria adquirida no supera las 49 cpm (fotocopiadora B/N, 20 cpm; fotocopiadora/impresora color, 35

cpm) es de 20 cpm. Además, supondremos que el negocio está situado en alguna ciudad en la que existan de forma permanente institutos de estudios superiores o universitarios. Así pues, la tarifa aplicable una velocidad media (de 16 a 49 cpm) y un establecimiento situado en ciudades donde existen institutos permanentes de estudios superiores o universitarios.

Por todo ello, la cuantía a pagar será de 393,40 € multiplicado por las dos máquinas. Por lo tanto, el total anual sin incluir IVA se sitúa en 786,80 €.

Así pues, la cuantía anual total estimada para otros gastos será de 1.986,80 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	14.429,18	10 %	1.442,92 €
Mobiliario y decoración	2.400,00	20 %	480,00 €
Equipamiento	55.000,00 €	20 %	11.000,00 €
Equipo informático	2.502,59 €	25 %	625,65 €
TOTAL ANUAL			13.548,57 €

(*) 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	2.000,00	33,3 %	666,67 €
TOTAL ANUAL			666,67 €

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 27,26% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, sueldos y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	9.000,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldos	18.840,00,€
Asesoría	1.200,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otros gastos	1.986,80 €
Amortización del inmovilizado material	13.548,57 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67 €
Total gastos fijos estimados	487242,04 €
Margen bruto medio sobre ventas	72,74%
Umbral de rentabilidad	66.321,20 €

Esto supondría una facturación anual de 66.321,20 €. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 5.526,77 €.

8. FINANCIACIÓN

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

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

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	14.429,18 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	2.400,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	2.502,59 €		
Equipamiento	55.000,00 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	1.500,00 €		
Stock inicial	7.519,56 €		
Tesorería (*)	9.114,17 €		
IVA soportado	13.416,21 €		
Total activo	107.881,71 €	Total pasivo	107.881,71 €

(*) Se consideran 9.114,17 € 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
Ventas	50.000,00	70.000,00	90.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 72,74%)	13.630,00	19.082,00	24.534,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	36.370,00	50.918,00	65.466,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	50.000,00	70.000,00	90.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	13.630,00	19.082,00	24.534,00
MARGEN BRUTO	36.370,00	50.918,00	65.466,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	1.986,80	1.986,80	1.986,80
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	18.840,00	18.840,00	18.840,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.200,00	1.200,00	1.200,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	13.548,57	13.548,57	13.548,57
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67	666,67	666,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	48.242,04 €	48.242,04 €	48.242,04 €
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-11.872,04 €	2.675,96 €	17.223,96 €

(1) Se ha considerado que durante este primer año no se va a contratar a ningún empleado, por lo que el gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio.

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