

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio  
ESTUDIO DE FOTOGRAFÍA**

**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

---

Este proyecto consiste en la creación de un estudio de fotografía cuya actividad será, básicamente, la realización de fotografías de estudio, fotografía social (bodas, bautizos y comuniones) y otros eventos sociales (actos de universidades, empresas, etc.).

### 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 depende de si sólo nos dedicamos a ofrecer el servicio de fotografía o también vendemos productos fotográficos. En este último caso, habría que atender a 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 6/2002, de 16 de diciembre, por la que se modifica la Ley 1/1996, de 10 de enero, del Comercio Interior de Andalucía, y se crea la Tasa por Tramitación de Licencias Comerciales.
- Ley 1/2006, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

Además, a la hora de montar un estudio de fotografía habrá que tenerse en cuenta la siguiente legislación:

- Real Decreto 952/1997, de 20 de junio, por el que se modifica el Reglamento para la Ejecución de la Ley 20/1986, de 14 de mayo, Básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos, aprobado mediante Real Decreto 833/1988, de 20 de julio.
- Ley 7/1994, de 18 de mayo, de Protección Ambiental.

- Decreto 283/1995, de 21 de noviembre, por el que se aprueba el reglamento de residuos de la comunidad autónoma de Andalucía.
- Decreto 99/2004, de 9 de marzo, por el que se aprueba la revisión del Plan de Gestión de Residuos Peligrosos de Andalucía.
- Orden de 12 de julio de 2002, por la que se regulan los documentos de control y seguimiento a emplear en la recogida de residuos peligrosos en pequeñas cantidades.

Con todo ello, habrá que solicitar la inscripción en el Registro de pequeños productores de residuos peligrosos en la Consejería de Medioambiente.

Y por último, también habrá que tenerse en cuenta:

- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter personal.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, 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. BOE 22 de abril de 1996.

## 1.2. Perfil del emprendedor

La persona que desee poner en marcha un negocio de estas características deber poseer experiencia, creatividad y conocimiento del sector. Es imprescindible que tenga formación en fotografía o experiencia unida a algún curso, puesto que la persona que se vaya a dedicar a este negocio debe ser un profesional en la materia.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

El sector de la fotografía ha sufrido una profunda transformación al pasar de la era analógica a la era digital.

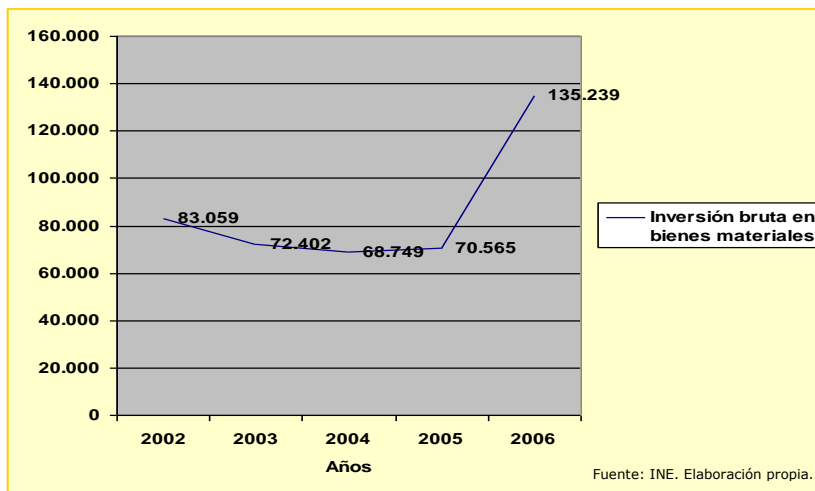
Hoy día, es raro encontrar un hogar familiar donde no haya alguna cámara digital, debido a la difusión de las mismas y a la bajada de precios que han sufrido este tipo de productos. Además, este incremento de ventas se debe también a la facilidad de uso de las mismas, la posibilidad de comprobar los resultados de la foto realizada, el envío de las imágenes a los ordenadores, etc.

La creciente importancia de la imagen digital y la convergencia tecnológica hacen que la electrónica de consumo, la informática, la impresión o las telecomunicaciones hayan entrado en el mercado fotográfico.

En el 2006 se comercializaron en España 2.700.000 unidades de cámaras digitales, según datos de la consultora GfK-Emer. La industria fotográfica ante esta nueva coyuntura prepara su transformación, en especial, el laboratorio y comercio fotográfico para adaptarse a las nuevas demandas del usuario. En cualquier caso, las ventas en los estudios de fotografía no son constantes, siendo las épocas más fuertes primavera y principios y finales de verano, debido al incremento de las bodas y eventos especiales en esa época y a las comuniones.

Para ser competitivo, es necesario hacer fuertes inversiones en equipamiento, lo que implica trabajar con márgenes más pequeños para no encarecer los servicios. Actualmente, se está dando en este tipo de negocios una fuerte competencia en precios muy agresiva que, en ocasiones, está siendo muy difícil de igualar por algunos comercios.

Como se puede observar en el gráfico 1, la inversión en bienes materiales se ha mantenido constante a lo largo del período 2.002-2.005, produciéndose un fuerte crecimiento de aproximadamente un 91,7% entre el período 2.005-2.006 debido a la aparición de nuevas tecnologías y a la necesidad de incorporarlas para ofrecer un mejor servicio al cliente.

**Gráfico 1.** Evolución de la inversión bruta en bienes materiales 2.002-2.006

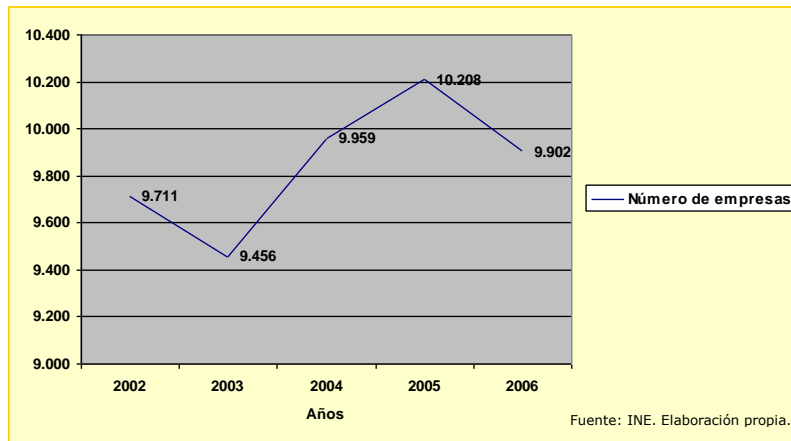
El sector fotográfico está sufriendo profundos cambios que afectan igualmente a la naturaleza de los clientes, ya que éstos están más informados y, en consecuencia, buscan más los servicios digitales porque se gana mucho tiempo y dinero con estos sistemas. La utilización de los servicios en línea se ha convertido en una herramienta imprescindible para el fotógrafo actual.

Por su parte, es fundamental que quien quiera triunfar en el sector esté familiarizado con los ordenadores y las nuevas tecnologías. Como se ha dicho, el cambio que se está produciendo es grande, pero todavía será mayor cuando la fotografía a través del teléfono móvil se haya extendido e Internet se haya convertido en el canal habitual.

Según la Encuesta Anual de Servicios del INE podemos observar que el número de empresas que se encuentran incluidas en el subsector de actividades fotográficas ha sufrido ligeros cambios entre los periodos 2.002-2.006.

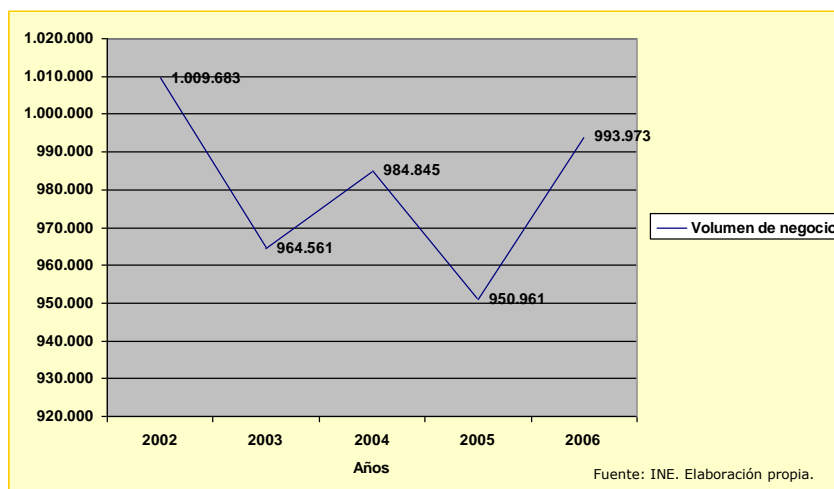
El cambio más significativo se ha situado entre el período 2.003-2.005 donde el número de empresas ha sufrido un ligero crecimiento de aproximadamente del 5,32% entre el período 2.003-2.004 y del 2,5% entre el 2.004-2.005.

**Gráfico 2.** Evolución del número de empresas en el subsector de actividades fotográficas 2.002-2.005.



A continuación se puede observar que el volumen de negocio de las empresas del subsector de la fotografía no ha sufrido grandes variaciones entre el período 2.002-2.006. El decrecimiento más brusco se ha encontrado entre el período 2.002-2.003, produciéndose fluctuaciones positivas y negativas en el resto de períodos. Como se puede observar en el gráfico 3 en el período 2.005-2.006 el volumen de negocio se ha incrementado aproximadamente en un 4,52% superando así las dificultades que tenía el sector en ese año.

**Gráfico 3.** Evolución del volumen de negocio en el subsector de las actividades fotográficas.



Por tanto, podemos concluir que el subsector de las actividades fotográficas ha sufrido una fase de inestabilidad entre el período 2.002-2.005 debido a la aparición de nuevas tecnologías, pero que a partir de éste se ha experimentado una tendencia alcista.

## 2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia habrá que estudiar los estudios de fotografía que ofrecen los mismos servicios que el que se describe en este proyecto y que existen en la zona de influencia donde se encuentra ubicado el negocio.

Además, serán competidores:

- Tiendas de fotografía que incorporan el servicio fotográfico.
- Franquicias y grandes cadenas de fotografía que cuenten con este servicio.
- Empresas de diseño gráfico.
- Agencias de publicidad.

También, hay que tener en cuenta la amenaza que supone la creciente afición de las personas a la fotografía, ya que a la facilidad de su uso en un momento dado nos pueden sustituir en algunos eventos.

## 2.3. Clientes

El tipo de cliente al que nos podemos dirigir con este tipo de negocio estará constituido tanto las empresas privadas como particulares. Además, también podemos considerar como clientes a asociaciones, universidades, etc.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

A la hora de plantear este tipo de negocio existen tres alternativas:

- La primera es que el estudio de fotografía cuente con el plató donde se realizarán las fotos y con el laboratorio, en el cual se llevará a cabo la producción de fotografías, orlas, etc.
- La segunda, es que el estudio cuente sólo con el plató y subcontrate el servicio de laboratorio a otra empresa y así conseguir reducir la inversión inicial.
- La tercera es que el estudio complemente a una tienda de productos fotográficos.

En este proyecto se va a estudiar la primera opción.

Debido a la elevada competencia existente en el sector, es conveniente llevar a cabo una serie de acciones de manera que el negocio pueda competir con garantías. Algunas podrían ser las siguientes:

- **Atención al cliente:** se trata de ofrecer una atención profesional, personal y de calidad, de manera que se pueda asesorar al cliente ante cualquier duda que le pudiera surgir. De esta manera, se puede conseguir fidelizar al cliente ya que puede que, en estos casos, se anteponga el servicio al precio. Por lo tanto, se debe saber captar las necesidades de los clientes y saber satisfacerlas, de manera que el cliente vea necesario acudir al estudio.
- **Formación:** las necesidades de formación en este mercado serán continuas, debido al continuo flujo de cambios que se están produciendo. Por ello, se requiere que el fotógrafo haya realizado cursos o estudios de fotografía y esté continuamente informado sobre las nuevas tecnologías que surjan para tratar de prestar un mejor servicio al cliente.
- **Diversificación:** es conveniente que el negocio ofrezca una amplia gama de servicios. Así, además de la realización de fotos de interior y exterior, puede ofrecer servicios online, realización de álbumes digitales, tratamiento de fotos, retoques, etc.



- **Técnicas de marketing:** para un proyecto de este tipo será fundamental el trabajo de publicidad, ya sea a través del buzoneo, o formulando ofertas de lanzamiento o promociones.
- **Página web:** una opción muy interesante es la de crear y diseñar una página web completa donde se incluyan secciones como servicios, ofertas,... de esta manera se podrá llegar a cualquier cliente independientemente de la ubicación geográfica del mismo.

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Existe un amplio abanico de servicios que puede ofrecer un estudio de fotografía, que se pueden agrupar en las siguientes líneas:

- Fotografía de eventos.
- Fotografía de estudio.
- Retoques y perfeccionamientos.
- Duplicados, reproducciones, prints y filmaciones.
- Fotos de carné.
- Calendarios y orlas.
- Fotoálbum y librofoto.

### 4.2. Precios

Uno de los factores clave para establecer la estrategia de precios de un estudio de fotografía es el conocimiento de las tarifas medias de la competencia. Aunque, el establecimiento de estas tarifas puede llegar a resultar complicado ya que todo depende del grado de complejidad y elaboración a la hora de producir las fotos. Por ello, el precio fijado nos debe permitir obtener un beneficio y a la vez sea asequible para el cliente. La fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tiempo de elaboración sino también en la calidad del producto final.

Por tanto, es fundamental ver qué servicios ofrece la competencia, a qué precios y con qué calidad, todo ello con idea de aportar por la diferenciación.

### 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:

- La ubicación del negocio es importantísima para saber a qué tipo de clientela potencial se expone. En este caso, sería interesante ubicar el local en calles comerciales y centros comerciales de gran afluencia.
- El local debe reflejar una imagen moderna.
- El personal debe transmitir profesionalidad, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Realizar promociones puntuales.
- Publicidad: buzoneo por la zona donde se ubique el negocio; folleto en el local sobre ofertas mensuales; Páginas Amarillas, etc.
- Aprovechar las nuevas tecnologías puede ser oportuno, si el emprendedor cuenta con presupuesto, para insertar publicidad en páginas web del sector, o incluso crear su propia web.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el "boca a boca" sea la mejor publicidad para el negocio.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

En primer lugar, debe comentarse que los trabajadores de este tipo de negocio van a jugar un papel muy importante en la buena marcha del mismo

Las tareas a desarrollar en el negocio serán las siguientes:

- Establecer políticas de precios y promociones con la idea de incrementar el margen bruto por periodo.
- Atender y asesorar a la clientela.
- Realizar las fotografías.
- Recepción de productos.
- Cobro clientes y pago a proveedores.
- Cierre de caja diario.
- Ingresos diarios en banco.

En principio, para la correcta realización de las tareas anteriormente citadas sería conveniente tener dos trabajadores a jornada completa. Una de las personas será el emprendedor, para lo que deberá darse de alta en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, realice las fotografías, se relacione con los proveedores, etc.

Además del emprendedor, es conveniente que la tienda disponga de otro trabajador, que le ayude a colaborar en lo que se refiere a la atención al cliente, ya que los clientes no deben ser desatendidos en ningún momento.

Según la evolución de los servicios prestados y el nivel de concentración de los mismos 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 se adaptará al horario comercial puesto que nos dirigiremos al cliente final. Deberá 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 es la genérica de gestión de un comercio y un buen conocimiento y experiencia en el sector.

Respecto al perfil requerido para los trabajadores, es importante que éstos se adapten a las tareas que van a llevar a cabo:

- *Formación.* Será necesario que la persona encargada de realizar las fotografías haya realizado estudios (Formación Profesional, academias de fotografía, Escuelas de Artes Aplicadas, Licenciatura en Comunicación Audiovisual,...) o cursos en los que haya obtenido conocimientos técnicos que le permita, por ejemplo, medir, controlar y modificar la luz, dominar los equipos fotográficos, técnicas necesarias para realizar buenos retratos, etc.
- *Gestión del negocio.* Los conocimientos básicos de gestión son:
  - Organización y gestión de la tienda.
  - Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising. Parte de estas tareas pueden contratarse a una asesoría para que ésta lleve temas contables, fiscales, etc.
  - Informática de gestión y manejo del software para el sector.
  - *Atención al público.* Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los servicios que prestan y sobre atención al cliente.

## 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 lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público: centros comerciales y sus inmediaciones, calles comerciales, peatonales o de mucho paso.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local que se observa en el mercado es muy variado. Para este proyecto consideramos adecuado un local de unos 70 m<sup>2</sup>.

Es fundamental, que en el interior del estudio se logre la máxima racionalidad del espacio. Para ello, es conveniente dividir el local en cuatro zonas diferenciadas:

- Zona de atención al público. Debe tener una buena iluminación y transmitir confianza y profesionalidad.
- Zona de plató. En esta zona es donde se realizarán las fotos de interior y donde se encontrará todo el material necesario para llevar a cabo este servicio.
- Laboratorio. En esta zona se encontrará toda la maquinaria y productos necesarios para obtención del producto final (fotografías, orlas, etc.).
- Aseo.

## COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

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

No es necesario que sea un local a pie de calle. Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 18.000,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

## 6.2. Mobiliario y decoración

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, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada y de modo que toda persona que entre en el establecimiento pueda apreciar la variedad que se ofrece.

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

- Mesas.
- Estanterías y armarios.
- Sillas y banquetas.
- Sillones.

- Elementos de decoración.

El coste por estos elemento puede rondar los 3.725,00 € (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.

En este apartado incluimos la maquinaria necesaria para el revelado de fotos, así como el equipo necesario para realizar fotografías tanto en el exterior como en el interior del estudio.

Debe advertirse que el precio del minilab para el revelado es bastante alto, pudiendo estar entre los 60.000,00 y los 120.000,00 euros. En este proyecto vamos a considerar la compra de un laboratorio de segunda mano, lo que supone que el precio disminuya considerablemente. Otra opción sería la de externalizar el servicio de revelado, de forma que no se llevaría a cabo la inversión por este concepto o adquirirlo mediante leasing, de manera que la compra se retrasara en el tiempo.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
MINILAB	36.000,00 €	5.760,00 €	41.760,00 €
EQUIPO FOTOGRÁFICO + KIT ILUMINACIÓN + SOPORTE + TV	12.720,00 €	2.035,20 €	14.755,20 €
<b>TOTAL</b>	<b>48.720,00 €</b>	<b>7.795,20 €</b>	<b>56.515,20 €</b>

### 6.4. Adquisición del stock inicial

Al inicio de la actividad se tendrán que rellenar las estanterías con álbumes en los que aparezcan imágenes de los diversos servicios que se presta. Además, habría que decorar las paredes con cuadros de forma que los clientes puedan observar a primera vista el trabajo que realizamos. También, se necesita el material de oficina básico para poder llevar a cabo la actividad diaria.

A parte de estos productos, se necesita papel fotográfico de distintos tamaños, carretes de fotos, cartuchos de tinta para el minilab, etc. Este coste ascendería a 1.500,00 € más



IVA. Con esta cantidad sólo se cubren 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 en ampliar el surtido.

El estar asociado en alguna de las cadenas del sector permite, entre otras ventajas, una rápida reposición de las mercancías que vayan agotando.

## 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.

El coste de este equipo informático junto con el software es de unos 1.900,00 € más 304,00 € 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 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 2.100,00 € (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 en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	1.218,00 €
Suministros	186,60 €
Sueldos y S.S.	2.767,00 €
Asesoría	116,00 €
Publicidad	116,00 €
Otros gastos	116,00 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>4.518,60 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>13.555,80 €</b>

## 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	15.517,24 €	2.482,76 €	18.000,00 €
Mobiliario y decoración	3.211,21 €	513,79 €	3.725,00 €
Stock inicial y materiales	1.500,00 €	240,00 €	1.740,00 €
Equipo informático	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Equipamiento	48.720,00 €	7.795,20 €	56.515,20 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Fianzas	2.100,00 €	0,00 €	2.100,00 €
Fondo de maniobra	13.555,80 €	0,00 €	13.555,80 €
<b>TOTAL</b>	<b>88.504,25 €</b>	<b>11.655,75€</b>	<b>100.160,00 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Según estimaciones del sector, para un establecimiento de este tipo, el margen sobre ventas va a ser alto, ya que en este tipo de negocio el coste variable (consumibles utilizados para realizar las fotografías) va a ser pequeño y va a ir en función de los ingresos que obtengamos, es decir, de los servicios prestados. Así, el margen que se consigue sobre las ventas es del 69%.

Esta cifra, es equivalente a un margen del 222,58% sobre el precio de compra.

### 7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Costes variables:**

El consumo mensual de los consumibles que necesitamos se estima en un 31% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 222,58% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 70 m<sup>2</sup>. El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local, para el estudio se ha estimado un precio de 1.050,00 €.

- **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 160,00 € 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:**

Se ha considerado que los gastos de personal estarán formados por el sueldo para el gerente del negocio y para un empleado a tiempo completo.

El gasto de personal quedará formado mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.570,00 €(*)	0,00 €	1.570,00 €
Trabajador	900,00 €(**)	297,00 €	1.197,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.470,00 €</b>	<b>297,000 €</b>	<b>2.767,00 €</b>

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

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

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (seguros, tributos, trabajos de conservación del laboratorio, etc.). La cuantía estimada anual será de 1.200,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 100,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	15.517,24 €	10 %	1.551,72 €
Mobiliario y decoración	3.211,21€	20%	642,24 €
Equipo informático	1.900,00 €	25 %	475,00 €
Equipamiento	48.720,00 €	20 %	9.744,00 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>12.412,97 €</b>

(\*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si 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 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>666,67 €</b>

### 7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** Estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 31% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos (*)	CUANTÍA
Alquiler	12.600,00 €
Suministros	1.920,00 €
Sueldos y S.S.	33.204,00 €
Asesoría	1.200,00 €
Publicidad	1.200,00 €
Otro gastos	1.200,00 €
Amortización del inmovilizado material	12.412,97 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>64.403,64 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>69%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>93.338,61 €</b>

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

Esto supondría una facturación anual de 93.338,61 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 7.778,22 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... Cuál será la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.



## 9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 9.1. Balance de situación inicial

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

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	15.517,24 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	3.211,21 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.900,00 €		
Equipamiento	48.720,00 €		
Gastos de constitución	2.000,00 €		
Fianzas	2.100,00 €		
Mercancía y materiales	1.500,00 €		
Tesorería (*)	13.555,80 €		
IVA soportado	11.655,75 €		
<b>Total activo</b>	<b>100.160,00 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>100.160,00 €</b>

(\*) Se consideran 13.555,80 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ventas</b>	85.000,00	100.000,00	125.000,00
<b>Coste de las ventas</b> (Ventas x 31%)	26.350,00	31.000,00	38.750,00
<b>Margen bruto</b> (Ventas - Coste de las ventas)	<b>58.650,00</b>	<b>69.000,00</b>	<b>86.250,00</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	85.000,00	100.000,00	125.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	25.350,00	31.000,00	38.750,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>58.650,00</b>	<b>69.000,00</b>	<b>86.250,00</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	12.600,00	12.600,00	12.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.920,00	1.920,00	1.920,00
Otros gastos	1.200,00	1.200,00	1.200,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	33.204,00	33.204,00	33.204,00
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	12.412,97	12.412,97	12.412,97
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	666,67	666,67	666,67
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>64.403,64 €</b>	<b>64.403,64 €</b>	<b>64.403,64 €</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>-5.753,63 €</b>	<b>4.596,37 €</b>	<b>21.846,37 €</b>

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

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