

300 planes de negocio

**Plan de negocio
IMPRENTA**

Sector de Servicios

Datos de 2007



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este proyecto se describe la creación de un establecimiento dedicado a ofrecer servicios de impresión digital.

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

Estos centros han de cumplir determinadas condiciones medioambientales. En el ambiente predomina el calor provocado por los equipos informáticos y las maquinarias de impresión; además se debe de llevar un control de los productos químicos usados. Esto exige unas instalaciones mínimas para garantizar la ventilación del local y depósitos para los productos químicos.

La actividad de las imprentas (incluidas dentro del sector de las artes gráficas) se encuentra regulada por diferentes normativas de Seguridad e higiene en el trabajo, que son de obligado cumplimiento. A continuación se presentan las referencias de las mismas:

- **Ley de Prevención de Riesgos Laborales**, de 8 de noviembre de 1995 (BOE 10-11-1995).
- Modificación Ley 50/1998, de 30 de diciembre (BOE 31-12-1998). Modificación Ley 39/1999, de 5 de noviembre (BOE 6-11-1999).
- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención (BOE de 31-1-1997).
- Modificación por Real Decreto 780/1998, de 30 de abril (BOE de 1-5-1998).
- Real Decreto 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de señalización de seguridad y salud en el trabajo (BOE 23-4-1997).
- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo (BOE 23-4-1997).
- Real Decreto 487/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la manipulación manual de cargas que entrañe riesgos, en particular dorsolumbares, para los trabajadores (BOE 23-4-1997).

- Real Decreto 488/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas al trabajo con equipos que incluyen pantallas de visualización (BOE 23-4-1997).
- Real Decreto 773/1997, de 30 de mayo, sobre disposiciones mínimas de Seguridad relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual (BOE 12-6-1997).
- Real Decreto 1215/1997, de 18 de julio, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud para la utilización por los trabajadores de los equipos de trabajo (BOE 7-8-1997).
- Real Decreto 216/1999, de 5 de febrero, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud en el trabajo en el ámbito de las empresas de trabajo temporal (BOE 24-2-1999).
- Real Decreto 374/2001, de 6 de abril, sobre la protección de la seguridad y salud de los trabajadores contra los riesgos relacionados con los agentes químicos durante el trabajo (BOE 1-5-2001).
- Real Decreto 614/2001, de 8 de junio, sobre disposiciones mínimas para la protección de la salud y seguridad de los trabajadores frente al riesgo eléctrico (BOE 21-6-2001).

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

- Real Decreto 1.316/89, de 27 de octubre, sobre protección de los trabajadores frente a los riesgos derivados de la exposición al ruido durante el trabajo (BOE 2-11-1989).
- Real Decreto 1.495/86, de 26 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad en las máquinas (BOE 21-7-1986, modificado por Real Decreto 830/1991, BOE 3-1-5-91). Y Real Decreto 1.435/1992, de 27 de noviembre (BOE 11-12-1992, modificado por Real Decreto 56/1995, BOE 8-2-1995).
- Real Decreto 379/2001, de 6 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de almacenamiento de productos químicos y sus instrucciones técnicas complementarias (BOE 10-05-2001).
- Real Decreto 786/2001, de 6 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad contra Incendios en los establecimientos industriales.

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

1.2. Perfil del emprendedor

El perfil del emprendedor corresponde con el de hombres o mujeres, de cualquier edad, normalmente con algún conocimiento previo del sector, ya sea adquirido a través de la experiencia o mediante algún tipo de formación.

Para algunos puestos, como el de, pre-impresión y profesional informático e Internet, suele ser más asequible para jóvenes y mujeres que para mayores de 45 años sin experiencia en el sector.

Para los servicios de imprenta tradicional, se requiere experiencia anterior en el sector y conocimientos específicos para los oficiales. Para los aprendices se valorarán la motivación y las ganas de aprender.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El sector de las artes gráficas, sector en el que se encuadran las imprentas, tiene un peso más que notable en la economía de nuestro país. Como hemos podido extraer de diferentes fuentes, el número de empresas de este sector es cada vez mayor, siguiendo una tendencia creciente que, aunque lenta, es estable en el tiempo. Esto ha derivado así mismo en la generación de un mayor volumen de empleo.

Este sector ha vivido una importante revolución recientemente debido a la informatización y digitalización de los procesos que ha supuesto una simplificación de manera importante del proceso de producción de las imprentas. De hecho, este componente innovador se ha convertido en la principal ventaja competitiva de este tipo de empresas.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el sector de las artes gráficas en el estado español ostenta un peso relevante en el conjunto de la industria manufacturera. En el año 2005, el sector integraba a más de 10.000 establecimientos industriales que daban empleo a cerca de 200.000 trabajadores. El sector está muy fragmentado, de forma que está compuesto por pequeñas y medianas empresas, de las cuales el 85% emplean a menos de 20 trabajadores.

La siguiente tabla nos muestra la tendencia que ha seguido en los últimos años el sector gráfico.

	2003	2004	2005
Número de empresas	9.337	10.411	10.007
Importe neto cifra de negocios (miles de euros)	26.796.730	27.874.785	29.251.897
Número de personas ocupadas	192.837	194.663	198.763

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

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

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

2.2. La competencia

Este punto es importante debido a la alta intensidad competitiva del sector. Hay que distinguir varios tipos de competidores:

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

A la hora de competir es fundamental la calidad de los trabajos y productos que se ofrecen al cliente, el precio, el cumplimiento de los plazos de entrega y el servicio post venta.

2.3. Clientes

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

Los clientes pueden ser de diversos tipos:

- *Clientes particulares que solicitan los servicios de la empresa.* Estos clientes acuden principalmente por motivos de cercanía para solicitar servicios relacionados principalmente con la impresión de motivos familiares o más profesionales como las tarjetas de visita.
- *Pymes (comercios, concesionarios de automóviles, almacenes, etc.).* Básicamente demandan publicidad y materiales promocionales (folletos, carteles, octavillas, encartes, dípticos, posters, tarjetas, calendarios, etc.).
- *Grandes clientes.* Empresas o entidades que utilizan en gran medida los servicios de imprenta, tanto para su publicidad y propaganda, como para impresos de uso interno, las entidades bancarias, los seguros, centros comerciales, etc. Es importante conseguir que la empresa se abra un hueco en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y la seguridad de unos ingresos según el tipo de contrato que se negocie. Este sector es cada vez más autosuficiente y dispone de sus propios equipos de artes gráficas para consumo interno.
- *Estudiantes:* Este grupo de clientes es un colectivo muy amplio, ya que comprende clientes de todas las edades, colegiales, universitarios, opositores, etc. Este sector demanda principalmente las fotocopias en blanco/negro de apuntes y documentos de estudio, la impresión de trabajos, etc.
- *Colectivos tales como centros comerciales, mercados, colegios, clubs deportivos, etc.* Este tipo de cliente solicita básicamente un servicio de impresión continuo, por lo que se suelen hacer contratos de suministro, siendo importante conseguir que la empresa se abra un hueco en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y la seguridad de unos ingresos anuales.
- *Agencias de publicidad.* Estas empresas pueden establecer lazos de colaboración, de tal forma que ellas realizan los diseños y la imprenta los ejecuta. En este segmento

de clientes podríamos incluir otras empresas pertenecientes al sector de las artes gráficas que por su mayor volumen de trabajo necesite subcontratar los servicios de impresión.

- *Administración pública.* A través de concursos o licitaciones. En este punto hay que destacar que es fundamental evitar la excesiva dependencia de clientes públicos y poder seguir así con nuestra actividad en caso de que no nos concedan la licitación que solicitamos.

Lo importante es conseguir un volumen alto de clientes, por ello se debe ofrecer un servicio integral, debido a que un mismo cliente puede ser demandante de varios productos o servicios.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Las características del negocio y la competencia implican que las estrategias propuestas en el estudio vayan orientadas a la captación de nuevos clientes, pero principalmente a conseguir la fidelidad de los existentes.

1. Ofrecer una amplia gama de servicios:

Nuestro servicio se basa en la impresión. Sin embargo, se recomienda ir incorporando servicios anexos a nuestra oferta que faciliten la fidelización de los clientes. Así pues, podría incluirse el diseño promocional, el transporte, etc.

2. Continua innovación tecnológica:

Dada la gran competencia en el sector un elemento imprescindible para poder diferenciarte es el de renovar los procesos. Es por ello que las empresas declaran su intención de realizar futuras inversiones, sobre todo relacionadas con las nuevas tecnologías en maquinaria, o la compra de nuevas instalaciones para una futura ubicación, así como la introducción de nuevos servicios para distinguirse de la competencia.

3. Calidad:

El sector gráfico español es cada vez más exigente en términos de calidad. Cada vez se exige más calidad en los trabajos siempre combinándolo con un buen precio, variable cada vez más importante en un sector en el que cada vez más las empresas ofrecen un niveles de calidad similares.

4. Cultura empresarial:

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

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

5. Inversiones:

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

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

6. Atención personalizada:

Debido a la amplia gama de posibilidades que se presentan en cada producto, los empleados del local deben ser capaces de atender al cliente personalmente para asesorarles de los productos que mejor se adaptan a sus pretensiones.

El avance de la tecnología permite que los productos vayan mejorando rápidamente, y la mayoría de los clientes desconocen nuevas posibilidades.

7. Formación:

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

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

Los servicios y productos que va a ofrecer el negocio objeto de estudio son los que se indican a continuación:

- **Impresión** entre lo que incluimos cartelería y publicidad, dípticos, carpetas, tarjetas de visita, invitaciones y recordatorios para diferentes celebraciones (bodas, comuniones...), cartas de menú para hostelería, etc.
 - *Preimpresión*: digitalización de imágenes, retoques, pruebas de impresión...
 - *Impresión*, en diferentes tamaños de formato (de pequeño tamaño como sobres, membretes y de gran tamaño). Hay diferentes técnicas para la impresión de documentos.
 - *Postimpresión*: Corte, plastificado de documentos y encuadernaciones (no todas las imprentas hacen encuadernaciones por lo que será un valor añadido para nuestra oferta).
- **Fotocopiado** (tanto a color como en blanco y negro).
- **Traspapeados** en blanco y negro y en color.
- **Edición** de libros, revistas, catálogos, etc.

Así mismo, un servicio que se suele incluir en este tipo de negocios es el del diseño gráfico, servicio que de momento dejaremos para un momento futuro en el que la imprenta esté asentada en el sector.

4.2. Precios

La estrategia de precios para una empresa como la que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer un servicio de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia. Hay que tener muy presente que la homogeneización en el nivel de calidad de las empresas que están en el sector ha provocado una fuerte competencia en precio.

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 de tener una visión comercial, y teniendo como referencia las reacciones de los competidores. Al mismo tiempo es necesario establecer una buena línea estratégica de negociación con los proveedores, fundamental para conseguir precios competitivos.

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

4.3. Comunicación

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

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

Antes del comienzo de la actividad se debe de poner en marcha una campaña de promoción, intentando captar el mayor número de clientes que aseguren el buen inicio. Esto puede conseguirse a través de la inserción de anuncios en directorios comerciales como las páginas Amarillas o el QDQ.

Crear una página Web es una opción válida debido al servicio que se ofrece, permitiendo exponer de una forma más explícita el conjunto de nuestras actividades, y facilitando el contactar tanto con los clientes como con los proveedores.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Se plantea la estructura formada por tres personas a tiempo completo y una persona contratada a tiempo parcial, por aumento del volumen de la actividad.

- **Gerente/Comercial** (Profesional de oficio) como responsable del negocio. Sería la persona que llevaría la dirección y administración de la empresa, además de desarrollar las tareas comerciales. Esta labor comercial consiste en mantener la cartera de clientes de la empresa y conseguir clientes nuevos.
- **Oficial para pre-impresión, impresión y post-impresión** (Profesional de oficio). Persona que desarrolla las principales tareas productivas (impresión, encuadernación, etc.). Debe tener cierta experiencia profesional en un taller de artes gráficas.
- **Auxiliar del oficial** (ayudante de oficio). No necesitan experiencia en el sector. Desarrollarán funciones de apoyo al Oficial (por ejemplo el fotocopiado), atención al cliente y otras tareas auxiliares del taller (almacén, transporte, limpieza, etc.). Habrá uno a tiempo completo y otro a tiempo parcial.

TAREAS ESPECIALIZADAS

- 1) Pre-impresión. Según las funciones que en esta fase se desarrollan, podemos necesitar cubrir los siguientes puestos:
 - *Diseñador gráfico*: No es un perfil solicitado en todas las empresas de pre-impresión, sólo en aquellas que realizan un servicio integral y ofrecen diseño. Un comentario bastante generalizado es que hay muchos diseñadores gráficos pero pocos bien preparados.
 - *Autoedición*: Desempeñan labores de maquetación y grabación de textos. En ocasiones también podrían realizar labores de diseño. Esta actividad se desarrolla en el área de Fotocomposición.
 - *Escanista*: Su trabajo consiste en la digitalización de imágenes, filmación y realización de pruebas digitales y de gama.

Para este negocio, sólo necesitaremos al escanista puesto que las anteriores fases no las cubriremos. Esta tarea será llevada a cabo por el oficial de impresión.

2) Impresión:

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

3) Post-impresión:

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

TAREAS GENERALES

De las tareas comerciales y administrativas se ocupará el emprendedor. Es imprescindible que esta persona posea experiencia y/o conocimientos del mundo de la impresión.

De la atención a los clientes en el propio local se ocuparán los ayudantes.

HORARIOS

Los empleados del local tendrán jornadas de 8 horas de trabajo, se intentará ofertar un horario amplio comprendido de 10 de la mañana a 10 de la noche, por ello se recomienda 3 personas con jornada de trabajo continua y una persona con horario partido para que abarque las horas punta de la mañana y de la tarde.

5.2. Formación

Las necesidades de formación van a depender del área que se trate:

Emprendedor: Persona que conoce muy bien el sector. Se valoran los conocimientos en Artes Gráficas y del mercado, así como el poder de negociación con proveedores y clientes.

Oficial de Impresión: Especialista en el área de Fotomecánica con formación en Artes Gráficas.

Ayudantes: La formación en Artes Gráficas en este puesto no es exigible aunque sí se valora. Está ocupado en muchos casos por personas no cualificadas, valorándose la disponibilidad y la experiencia en trabajos similares. Será fundamental valorar en esta persona las habilidades para el trato con los clientes.

6. PLAN DE INVERSIÓN

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

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

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

En general no presenta grandes condicionantes de ubicación por lo que es perfectamente trasladable a cualquier ámbito geográfico. Lo recomendable sería ubicar el local en parques empresariales y cercano a oficinas.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este tipo de empresa es necesario contar con un local que posea una superficie mínima de unos 90 m² dividida de la siguiente manera:

- **Zona de atención a clientes:** con una superficie de 25 m², donde se atenderá a los clientes y se recogerán las diferentes demandas de servicios.
- **Almacén:** con una superficie de 15 m², donde se guardará el material.
- **Sala de impresión:** con una superficie de 45 m².
- **Aseos higiénicos-sanitarios:** con una superficie de 5 m².

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos necesarios para el **acondicionamiento externo** (rótulos, lunas, cierres, etc.) y el **acondicionamiento interno** (albañilería, fontanería, electricidad, pintura, etc.).

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 17.980,00 € (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. Equipos informáticos

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de ticket 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, al menos, 3.300,00 € más 528,00 € en concepto de IVA.

6.3. Equipamiento

El equipamiento necesario para la puesta en marcha del negocio estará compuesto por:

CONCEPTO	PRECIO	IVA	IMPORTE
PLOTTER DE INYECCIÓN	19.400,00	3.104,00	22.504,00
PLASTIFICADORA 1800 W	5.000,00	800,00	5.800,00
GUILLOTINA INDUSTRIAL IDEAL 4700	1.900,00	304,00	2.204,00
PLANCHA INDUSTRIAL 2100W	3.100,00	496,00	3.596,00
FOTOCOPIADORA KONICA DIGITAL COLOR 7723	9.300,00	1.488,00	10.788,00
ESCÁNER DIGITAL	750,00	120,00	870,00
MC/ MAQ.COP.DIGITAL COLOR	38.900,00	6.224,00	45.124,00
TOTAL	78.350,00	12.536,00	90.886,00

El presupuesto de maquinaria asciende a 90.886,00 € (IVA incluido).

6.4. Mobiliario y decoración

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

- Mesas de trabajo, sillones de directivo y sillas de confidente.
- Un armario-estantería.
- Estanterías para el almacén.
- Bancos de trabajo.
- Focos de luces.
- Mamparas.
- Mostrador para la zona de atención al público.

El presupuesto aproximado para este mobiliario y decoración es de 4.750,00 € (IVA incluido).

6.5. Elemento de transporte

Para este negocio es recomendable disponer de un vehículo que permita realizar el transporte de los pedidos para entregarlos a los clientes.

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

6.6. Stock inicial y Consumibles

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

- Papel de diferentes tipos, formatos y gramajes.
- Tintas de Gama
- Pantone y de distintos tipos de secaje.
- Disolventes.
- Aditivos para el agua y para la tinta.
- Formas impresoras (planchas, numeradores y polímeros).
- Lubricantes.
- Útiles y materiales de limpieza (trapos, esponjas, cepillos de raíces...).
- Toner o tinta.
- Disquetes y removibles.
- Otros.

El coste global de los distintos productos de limpieza se encuentra en torno a 2.320 € IVA incluido.

6.7. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- Los gastos de constitución y puesta en marcha
- Las fianzas depositadas.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

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

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 2.204,00 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros. 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 2.340,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.8. Fondo de maniobra

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

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

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	1.357,20 €
Suministros	174,00 €
Sueldos	4.120,00 €
S.S.	864,60 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	174,00 €
Total Pagos en un mes	6.910,20 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	20.730,60 €

6.9. Memoria de inversión

La inversión inicial necesaria para llevar a cabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	15.500,00 €	2.480,00 €	17.980,00 €
Mobiliario y decoración	4.094,83 €	655,17 €	4.750,00 €
Elementos de transporte	10.344,83 €	1.655,17 €	12.000,00 €
Equipo informático	3.300,00 €	528,00 €	3.828,00 €
Equipamiento	78.350,00 €	12.536,00 €	90.886,00 €
Stock inicial y Consumibles	2.000,00 €	320,00 €	2.320,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	2.340,00 €	0,00 €	2.340,00 €
Fondo de maniobra	20.730,60 €	0,00 €	20.730,60 €
TOTAL	138.560,26 €	18.478,34 €	157.038,60 €

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 expertos en el sector, el margen neto por fotocopia realizada ronda el 10%, tras descontar gastos y costes de mantenimiento. Con respecto a los trabajos de imprenta el consumo se sitúa entre el 30 y el 40%. Los beneficios en el resto de los servicios son superiores. Por ejemplo: en guillotinado el margen bruto rondaría el 100% y la encuadernación entre el 300% y el 400%.

Dado que la actividad principal de este negocio será el servicio de imprenta, para la realización de este estudio vamos a tomar un margen medio sobre ventas del 60%, lo que supone un consumo del 40% y un margen sobre compras del 150%.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente (no incluyen el IVA):

- **Costes variables:**

Como hemos comentado el consumo se ha estimado en un 40% de los ingresos.

- **Alquiler:**

Para este negocio se ha estimado un alquiler de 1.170,00 € mensuales. Hay que tener en cuenta que el precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local.

- **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 (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 95,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

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

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal se incluyen los sueldos y salarios, la Seguridad Social que corre a cargo de la empresa. El personal será el que se indicó en el apartado de organización y recursos humanos.

El coste de la plantilla se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente	1.500,00	0,00 (*)	1.500,00
Oficial	1.100,00	363,00 (**)	1.463,00
Ayudantes (uno a tiempo parcial y otro a tiempo completo)	1.520,00	501,60 (**)	2.020,60
TOTAL	4.120,00	864,60	2.364,60

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

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

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (tributos y seguros, etc.). La cuantía estimada mensual será de 150,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	15.500,00	10%	1.550,00
Mobiliario y decoración	4.094,83	20%	818,97
Elementos de transporte	10.344,83	20%	2.068,97
Equipo informático	3.300,00	25%	825,00
Equipamiento	78.350,00	20%	15.670,00
TOTAL	102.501,72		20.932,94

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

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.900,00 €	33,3 %	633,33 €
TOTAL ANUAL			633,33 €

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 los costes variables (se ha supuesto un consumo del 40% de los ingresos) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	14.040,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldos	49.440,00 €
S.S.	10.375,20 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otros gastos	1.800,00 €
Amortización del inmovilizado material	20.932,94 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33€
Total gastos fijos estimados	101.301,47 €
Margen bruto medio sobre ingresos	60%
Umbral de rentabilidad	168.835,78 €

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

Esto supondría una facturación anual de 168.835,78 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 14.069,65 euros.

8. FINANCIACIÓN

Existen distintas opciones para financiar el presente proyecto, aunque se deberá buscar la mejor de ellas según las condiciones propias del emprendedor/a.

Lo que si se suele hacer en este sector es financiar la maquinaria, que es la partida más importante de la inversión, a través de la fórmula del arrendamiento financiero (*leasing*). En este sistema, es la empresa de leasing quien tiene la propiedad de los distintos aparatos y tan sólo se debe pagar una cuota mensual durante cierto tiempo (puede ser a 5 años). Transcurrido el plazo previsto, se puede optar a la compra de la maquinaria y aunque a la larga, la factura es algo más elevada, la ventaja es que se contará con el equipo necesario sin tener que realizar un desembolso inicial fuerte.

Por otra parte, 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	15.500,00 €	Fondos Propios	FP
Maquinaria	78.350,00 €	Fondos Ajenos	FA
Elem. de transporte	10.344,83 €		
Mobiliario y decoración	4.094,83 €		
Equipo informático	3.300,00 €		
Consumibles	2.000,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	2.340,00 €		
Tesorería (*)	20.730,60 €		
IVA soportado	18.748,34 €		
Total activo	157.038,60 €	Total pasivo	157.038,60 €

(*) Se consideran 20.730,60 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para la previsión de la cuenta de resultados se han estimado tres posibles volúmenes de ingresos:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	150.000,00	175.000,00	200.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 40%)	60.000,00	70.000,00	80.000,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	90.000,00	105.000,00	120.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	150.000,00	175.000,00	200.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	60.000,00	70.000,00	80.000,00
MARGEN BRUTO	90.000,00	105.000,00	120.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	14.040,00	14.040,00	14.040,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + S.S.	59.815,20	59.815,20	59.815,20
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.140,00	1.140,00	1.140,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.140,00	1.140,00	1.140,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	20.932,94	20.932,94	20.932,94
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	101.301,47	101.301,47	101.301,47
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-11.301,47	3.698,53	18.698,53

(1) El coste de personal incluye el sueldo de los trabajadores y del gerente y los costes de Seguridad Social a cargo de la empresa por la contratación de los trabajadores.

(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.