

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TALLER DE TAPICERÍA**

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 una empresa dedicada a la restauración y fabricación de muebles tapizados.

El tapicero es la persona que tiene por oficio tejer tapices, guarnecer muebles, sillería, sofás, etc., o vender alfombras, cortinajes y otros elementos de decoración. Este trabajo se puede llevar a cabo de manera artesanal o industrial.

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

Existe una normativa que regula las aperturas e instalaciones de actividades de fabricación. El otorgamiento de las correspondientes licencias es competencia de los respectivos ayuntamientos.

El procedimiento a seguir, como "Taller Artesano", será el de Actividad calificada según Anexo III de la Ley de Protección Ambiental de Andalucía.

Esta normativa se recoge principalmente en:

- Ordenanzas municipales de actividades de los respectivos ayuntamientos.
- Ley 7/1994, de 18 de mayo, de Protección Ambiental (BOJA nº 79/31-05-94).
- Decreto 297/1995, de 19 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Calificación Ambiental (BOJA nº 3/11-01-96).

El procedimiento para la inscripción en el Registro de Establecimientos y Actividades Industriales se lleva en las respectivas Áreas de Industria de las Delegaciones Provinciales de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía. La normativa a cumplir es la siguiente:

- Decreto 358/2000, de 18 de julio, que regula el procedimiento para la instalación, ampliación, traslado y puesta en funcionamiento de los Establecimientos e

Instalaciones Industriales, así como el control, responsabilidad y régimen sancionador de los mismos.

- Orden de 16 de octubre de 2000, por la que se dictan normas de desarrollo del Decreto 358/2000, de 18 de julio para la tramitación de los expedientes de instalación, ampliación, traslado y puesta en servicio de industrias e instalaciones relacionadas en su Anexo y su control.

En la actualidad, el marco jurídico básico de la prevención de riesgos laborales en España viene determinado por las siguientes normas, muchas de las cuales son transposición de las directivas de la Unión Europea:

- Ley de Prevención de Riesgos Laborales, de 8 de noviembre de 1995 (BOE10-11-1995).
- Modificación Ley 50/1998, de 30 de diciembre (BOE de 31-12-1998). Modificación Ley 39/1999, de 5 de noviembre (BOE de 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 de 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 de 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 de 23-4-1997).
- Modificación Real Decreto 1124/2000, de 16 de junio (BOE de 17-6-2000).
- 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 de 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 de 7-8-1997).
- 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 de 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 de 21-6-2001).

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

- Real Decreto 1316/89, de 27 de octubre, sobre protección de los trabajadores frente a los riesgos derivados de la exposición al ruido durante el trabajo (BOE de 2-11-1989).
- Real Decreto 786/2001, de 6 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad contra Incendios en los establecimientos industriales.
- Normas de procedimiento y desarrollo del Real Decreto 1942/1993, de 5 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Instalaciones de Protección contra Incendios y se revisa el anexo 1 y los apéndices del mismo.
- Orden de 16 de abril de 1998 sobre normas de procedimiento y desarrollo del Real Decreto 1942/1993, de 5 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Instalaciones de Protección contra Incendios y se revisa el anexo 1 y los apéndices del mismo.
- NBE-CPI-96. Condiciones de protección contra incendios en los edificios
- Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre, por el que se aprueba la Norma Básica de la Edificación "NBE-CPI-96. Condiciones de protección contra incendios en los edificios".
- Reglamento de Instalaciones de Protección contra Incendios
- Instrucción Técnica Complementaria ITC-MIE-AP-5, sobre Extintores de Incendios
- Oeden 31 mayo 1982 Instrucción Técnica Complementaria ITC-MIE-AP5 del Reglamento de Aparatos a Presión, sobre extintores de incendios.

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 tapicería. 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

Este proyecto resulta idóneo para aquellas personas que tengan conocimientos en el sector del tapizado; es decir, que hayan recibido una formación profesional adecuada, y tengan experiencia laboral suficiente.

Además, es recomendable que la persona que se vaya a embarcar en este tipo de negocio disfrute de nociones y competencias avanzadas en el mundo de la decoración.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

En España, alrededor del 68% del consumo de muebles se destina a muebles de hogar.

Las familias españolas gastan una media de cerca de 400 euros en muebles al año. Este consumo per cápita de mobiliario en España, aunque ha ido mejorado, sigue siendo bajo con respecto a la media comunitaria.

Según los datos del sector, la compra por renovación de muebles supone el 56,5% del gasto y el 43,5% restante se corresponde a primeras compras.

En el sector de la tapicería y la decoración cobran especial importancia las ferias temáticas dedicadas a esta parcela de mercado. Así, la feria Decosit de Bruselas, es el principal certamen del sector de la tapicería y de la decoración y atrae a los principales compradores mundiales del producto.

Dentro de España, la región más competitiva en el sector es, sin lugar a dudas, la Comunidad Valenciana, donde destacan las empresas de Alicante y Valencia, seguida de Cataluña. En el caso de Andalucía, tanto Córdoba como Sevilla son dos grandes exponentes.

En general, se ha dado una subida en los precios del sector en los últimos años, debido a la fortaleza del euro, lo que ha provocado que el diferencial con otros países se haya reducido.

Según datos extraídos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) las estadísticas sobre la venta final de productos decorados con tapicería, en primer lugar se encuentran los tapizados de estilo contemporáneo. Les preceden los productos basados en los diseños tradicionales, que agrupa el estilo Francés, Campaña e Italiano representando el 23% de las tapicerías. Seguidamente se sitúa el género tradicional Victoriano, y en cuarto lugar le sigue el estilo basado en el siglo dieciocho.

La tapicería en el sector del mueble en Estados Unidos siempre se ha considerado un mercado de estilo tradicional. Sin embargo, los datos revelan que las tendencias han cambiado los últimos años dando paso a los tejidos más modernos, tendencia que está llegando a nuestro país.

En cuanto a la forma de competir dentro del sector y hacer frente a la Gran Distribución (grandes tiendas especializadas, hipermercados, almacenes de descuento especializados, grupos de compradores, etc.), se espera que continúen las tendencias más recientes consistentes en la búsqueda y mantenimiento de la calidad de los productos por parte del comercio artesano como arma estratégica para lograr diferenciación dentro de este sector.

2.2. La competencia

En el análisis de la competencia, podemos destacar:

- Empresas de tapicería y restauración como la que se muestra en este proyecto.
- Empresas que agrupan en el mismo negocio todos los servicios necesarios para el desarrollo de un proyecto y la materialización del mismo.
- Empresas de muebles, que ofrecen productos de diseño y ya tapizados.
- Otro grupo de competidores, como las grandes superficies, grandes almacenes, etc. que cuentan con departamentos de muebles, telas y otros artículos para decoración.

Serán también competencia, aunque no directa:

- Tiendas de telas para cortinas, edredones, tapicerías, etc.
- Las fábricas de muebles con venta al público general.
- También serán competencia, las tiendas de antigüedades, aunque se dirigen a un público más exclusivo.

2.3. Clientes

El cliente al que va dirigido este negocio no tiene un perfil definido ya que puede ser, desde una persona que desea tapizar los sillones viejos, hasta jóvenes que van a instalarse en un nuevo piso y lo van a decorar, es decir, toda persona que desea o que necesita realizar una inversión en la decoración de su hogar.

Además, no sólo los particulares son los demandantes de muebles tapizados, sino que dentro del sector destacan otro tipo de clientes como son las instalaciones hoteleras, discotecas y espacios públicos cerrados en general.

También es posible contar como clientes con empresas de distribución y ventas de muebles o productos de decoración, que realicen un encargo concreto o por series de tapizado de muebles, para su posterior venta en la tienda.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En primer lugar hay que tener muy claro el tipo de empresa que queremos montar. Para este proyecto se ha pensado en un negocio de tapicería exclusivamente. Hay otros enfoques estratégicos en este sector como pueden ser: tienda de muebles con servicio de tapicería, estudio de decoración, taller textil, etc.

Por otra parte, en este tipo de negocio, el principal aspecto que buscan los clientes es la calidad. Calidad significa cubrir las expectativas del cliente. Estos aspectos podríamos resumirlos en los siguientes:

- *Cumplir los plazos de entrega.* Aquí es importante fijar la fecha de entrega que se recoge en el contrato, habiendo planificado minuciosamente la garantía de su cumplimiento.
- No todos los clientes solicitan que se les tapice su mueble con tejidos de la máxima calidad, las más caras, sino que existe una gran variedad de materia prima y componentes. La filosofía debe ser la de *ofrecer un producto creado especialmente para el cliente* donde pueda elegir los materiales y medidas.
- *Ser eficientes en el taller.* Arreglo y fabricación asequibles en precio. Utilizando tejidos y componentes que se ajusten a las necesidades del mueble solicitado.
- *La cuidada atención al cliente, el asesoramiento profesional, una adecuada relación calidad-precio y la garantía post-venta* logran que el negocio adquiera con el paso del tiempo gran prestigio en su mercado.
- Ofrecer al cliente un servicio de *información técnica sobre los tejidos y tapices* que ha adquirido: indicaciones de lavado y mantenimiento para que les dure más tiempo y se mantengan como nuevos, trucos para eliminar manchas, etc.
- *La búsqueda de clientes nuevos no debe cesar.* Para mantener el negocio activo e impulsarlo a un crecimiento mayor, será interesante contar con clientes de mayor relevancia. No sólo esperar a que los particulares entren en la tienda, sino ir en busca de empresas que se dediquen, por ejemplo, a la decoración de interiores para ofrecerles nuestros artículos.
- Sería muy interesante para el crecimiento del negocio, contar con la *colaboración de decoradores* que asesoren a los clientes en su propio hogar;

aquellos que desean un servicio mucho más amplio. Todo ello le da valor añadido al producto que se vende.

Con todo ello, habrá que estar al tanto de las nuevas tendencias dentro de este sector, que vienen influenciadas por la universalización del hombre trayendo apareado el conocimiento de sus costumbres y hábitos regionales que se traduce en tendencias que influyen en la industria de la tapicería. La actitud del consumidor va a ser más consciente y su hogar se va a convertir en una representación de sus gustos personales y de su estilo de vida. Algunas de estas tendencias vienen manifestándose en las ferias más importantes del sector. En este sentido, se está pasando de una concepción más clásica del tapizado, a diseños más modernos y vanguardistas reclamados, principalmente por la gente joven.

Otra línea estratégica a contemplar es la de establecer acuerdos comerciales con otras empresas y profesionales de sectores afines o complementarios como pueden ser el comercio minorista de muebles y decoración, o las pequeñas empresas textiles del hogar.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Las principales actividades que suelen desarrollar los negocios dedicados a la tapicería se pueden dividir en dos:

- **Fabricación:** Se trata de elaborar todo tipo de muebles tapizados; sofás, sillones, sillerías, cabeceros, etc. tanto en modelos con medidas estandarizadas como en medidas especiales. Además, se le debe dar al cliente la posibilidad de elegir entre una amplia gama de tejidos. Se trata, pues, de un trabajo minucioso de fabricación artesanal.

Para conseguir tal fin se debe contar con un equipo de artesanos de amplia experiencia (silleros, tapiceros y barnizadores), que se ocupan de las diferentes fases del proceso de fabricación del mueble.

En este sentido, vamos a suponer para este negocio que esta actividad se empiece a desarrollar una vez que el negocio se haya asentado ya que la inversión que supone llevarla a cabo es mucho mayor. Por lo que en un primer momento, esta actividad de fabricación va a ser subcontratada.

- **Restauración:** Supone el arreglo del mobiliario tapizado, ya sea rehabilitando cualquier problema que tenga el tapizado, o, directamente, cambiándoselo por uno nuevo, lo que se llama el retapizado. Este proceso se lleva a cabo con las mismas técnicas utilizadas en el pasado, es decir, se restauran cinchas y muelles, se cambia la arpillera, se repone la crin y se tapiza con distintos tipos de tela, realizándose por profesionales artesanos que ejecutan las operaciones manualmente.

Además, se debe disponer de un servicio de recogida y entrega a domicilio de los trabajos, de manera que el cliente no deba preocuparse del traslado.

Además de estas tres líneas de actividad principales, el negocio debe dar la posibilidad de formalizar presupuestos gratuitos y sin compromiso, así como la realización de trabajos (de menor importancia) en el domicilio del cliente, cuando esto sea posible.

Una vez que el negocio vaya creciendo, se puede optar por diversificar el negocio e incluir entre los servicios de la empresa el de decoración, basado en la confección a medida. En este sentido, se ofrecería al cliente un asesoramiento personalizado de proyecto y un posterior presupuesto en el que esté incluido todo lo que el cliente necesita saber (toma de medidas, confección, instalación, plazos de entrega, etc.) para hacer realidad la decoración de su espacio (hogares, oficinas, despachos, hoteles, residencias, etc.). Así mismo, el cliente debe contar con una amplia variedad de telas que elegir, ya sea en catálogos y muestras donde el cliente puede diferenciar distintos tipos de confecciones: estores, colchones, faldas de camilla, fundas, etc.

4.2. Precios

Es un sector en el que los precios varían mucho, sobre todo por la gran variedad de materias primas y tejidos usados en los productos que hacen variar la calidad de los mismos. Los precios pueden presupuestarse en función del trabajo concreto que se va a realizar o por horas.

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

No obstante, si se ofrece un producto de mayor calidad se pueden aplicar precios ligeramente superiores a los de mercado.

Será importante mantener buena relación con los proveedores, para conseguir buenos precios de ellos, rapidez en el servicio y obtener una imagen de seriedad. Así se podrán ofrecer a los clientes mejores ventajas, y el margen final será mayor.

4.3. Comunicación

Cuando se esté en condiciones de comenzar el negocio del tapizado, sólo faltará ofrecer los servicios. En principio, se comienza con encargos de familiares, amigos y conocidos. La mejor propaganda es el "boca a boca". Si se trabaja con calidad y con precios ajustados, pronto empezarán a multiplicarse los clientes.

Cuando un cliente queda satisfecho, podemos dar tarjetas de empresa para que recomiende el servicio entre aquellos conocidos y familiares que conozca y puedan tener necesidad de utilizar nuestros servicios.

El servicio que se preste al cliente es fundamental para que la clientela se vaya afianzando. Aquí cobra especial relevancia el saber recoger las expectativas del cliente en un presupuesto, con esquema del trabajo a realizar, cantidad a la que asciende, forma de pago (50% al inicio y 50% a la finalización) y plazo de entrega.

Más rentables que la publicidad en medios de comunicación o el buzoneo puede ser oa asistencia a alguna feria especializada del sector o acuerdos con establecimientos de muebles. Éstos son fuentes inagotables de clientela.

Las nuevas tecnologías deben representar una de las principales formas de promoción. Internet es una fuente de acceso de información para cualquier posible comprador o cliente. Disponer de una página Web propia aporta muchas ventajas: funciona como tarjeta de presentación y medio de contacto para clientes, te publicita en el mercado, e incluso puedes vender tus productos por este medio.

En estos negocios de tapicería, una forma habitual de comunicación ha sido, sobre todo en los pequeños municipios, la de que la propia empresa, a través del elemento de transporte fuera pregonando con un altavoz instalado en el mismo, por las calles de la localidad.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Este tipo de negocios suele ser llevados por el mismo emprendedor, es decir, lo montan personas que conocen de cerca el mundo de la tapicería.

Las principales tareas que deberá asumir el emprendedor serán:

- Tareas de producción, de restauración: Para la realización de estas tareas se necesitan conocimientos sobre la técnica del tapizado así como sobre el manejo de la maquinaria y herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades.
- Gestión del negocio: Este tipo de conocimientos (contabilidad, impuestos...) pueden subcontratarse a una asesoría externa en caso de no poseerlos el emprendedor.

La persona estará dada de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social. En caso de que el negocio evolucione favorablemente, se podría contratar a un aprendiz que fuera iniciándose en la tapicería y ayudara a cubrir la creciente demanda.

HORARIOS

Los horarios de trabajo dependen del tipo de trabajo que se realice, siendo el habitual del sector en talleres de lunes a viernes de 9,30 a 20,30 horas, librando los sábados y domingos. No obstante, según lo requieran las fechas de entrega o en el caso de trabajos particulares o en locales, se pueden ver modificados adecuándose a las necesidades del cliente.

5.2. Formación

Para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de las actividades de tapicería que se han señalado anteriormente, existen ofertas a nivel formativo dentro de este sector. Actualmente se pueden realizar estos estudios en: centros de formación profesional, formación profesional ocupacional y academias o centros privados.

En todos estos centros se ofrece la posibilidad de aprender el oficio y también pueden servir de reciclaje para los trabajadores en activo.

La normativa que debe cumplir esta formación se encuentra en el Real Decreto 2564/1996, de 13 de diciembre, por el que se establece el *Certificado de profesionalidad de la ocupación de tapicero de muebles*.

Un referente obligado para aprender y estar al corriente de las novedades y modas imperantes en cada momento, además de establecer contactos comerciales son las ferias del sector. En este sentido, a nivel nacional destacan las que tienen lugar en Valencia.

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

El negocio de tapicería no presenta grandes condicionantes de ubicación por lo que es perfectamente trasladable a cualquier ámbito geográfico. No es necesario que el local esté situado en una zona de gran trasiego de público, por lo que resultará más fácil encontrar un arrendamiento no demasiado elevado. Se recomienda, no obstante, la ubicación en barrios de alta densidad poblacional.

En cualquier caso, para analizar la conveniencia o no de ubicar el negocio en una zona determinada, es necesario hacer un estudio de mercado previo para determinar si los clientes que quedarán bajo el área de influencia de la empresa y la competencia existente en esta área hacen recomendable la ubicación o no del negocio en esa zona.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este tipo de negocio es necesario contar con un local que posea una superficie mínima de unos 60 m² dividida de la siguiente manera:

- **Oficina- Recepción a clientes:** Donde se atiende a la clientela que demanda un arreglo o presupuesto con una superficie de 10 m².
- **Taller:** Donde se realiza el proceso de restauración del tapizado, con una superficie de 40 m².

- **Almacén:** Se guarda tanto la materia prima (tejidos, stock, etc.) como la materia auxiliar (puntas, tornillos, grapas, colas, cartones, etc.), con una superficie de 5 m².
- **Aseos y zona de vestuario:** con una superficie de 5 m².

Además de lo anterior, el local deberá disponer de licencia municipal de apertura y reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente.

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.

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 7.656,00 € (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

El mobiliario estará compuesto por los elementos imprescindibles para atender a los clientes, recogiendo sus demandas, diseñando el mueble tapizado y preparando presupuestos.

Este mobiliario se puede definir según las áreas en las que vaya ubicado.

Para el área de recepción de clientes:

- Un mostrador
- Un taburete alto
- Dos sillas de espera
- Un armario estantería

El mobiliario del almacén y el taller estará compuesto por:

- Estanterías
- Mesa de trabajo

El coste por estos elementos puede rondar los 1.740,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales.

6.3. Equipamiento

La opción más recomendable es adquirir la maquinaria que resulte imprescindible a la hora de iniciar la actividad o de segunda mano, y posteriormente, conforme se vaya consolidando el negocio, ir incorporando paulatinamente nuevos elementos y maquinaria que permitan producir más eficientemente y mayor número de productos.

La maquinaria necesaria es la siguiente:

- Máquinas de corte.
- Máquina manual para perforar siluetas de plantillas.
- Sierra vertical de corte de espumas o guatas: fija.
- Máquinas de coser.
- Remalladora eléctrica.
- Cabina de aplicación de cola.
- Máquinas grapadoras manuales de tenaza.
- Máquina combinada para forrar botones.
- Máquinas taladradoras/atornilladoras portátiles.

- Cizalla de corte de muelles a medida.
- Mesa de marcado de pieles y tejidos.

El equipamiento y maquinaria necesaria para el desarrollo de la actividad en la tapicería, asciende a un coste de 11.136,00 € (IVA incluido).

6.4. Adquisición del elemento de transporte

Para este negocio es recomendable disponer de una furgoneta que permita realizar el transporte de los muebles sin tapizar hasta el establecimiento y una vez tapizados hasta el domicilio del cliente. Esto además supondrá un valor añadido para nuestro negocio, diferenciándonos de esta forma de competidores que no prestan este servicio.

El coste de este elemento dependerá de las características del vehículo que se elija. En este estudio proponemos la compra de un vehículo comercial con un coste aproximado de 17.400,00 (IVA incluido).

Es necesario destacar en este punto la existencia de un mercado de segunda mano para los vehículos comerciales.

6.5. Herramientas y utillaje

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

- Herramientas y utillaje: Plantillas para corte, perchas, tijeras, pinzas, grapadoras, tenazas, agujas para máquina de coser, pinceles, martillos, espátulas, desclavadores, catufos, agujas de bastear rectas y curvas, cintas métricas, aplicador de cremalleras, escofina, serruchos, cuchillas, etc.
- Elementos de protección: En el desarrollo del trabajo se utilizarán los medios necesarios de seguridad y salud laboral y se observarán las normas legales al respecto.

El coste global de las herramientas, utillaje y elementos de protección se ha estimado en 3.132,00 € (IVA incluido).

6.6. Adquisición del stock inicial

La primera compra de materiales de consumo según empresas especializadas en el sector, tendrá que incluir: lápices, jaboncillo de sastre, tapicerías y pieles, telas auxiliares, cartón, planchas y bloques de espuma, hilos de coser, cremalleras, rollos de cinta, botones, lubricantes, armazones de madera y metálicos, muelles y cinchas, colas, disolventes, grapas, clavos, tornillos, mechones. Las telas las adquiriremos según el trabajo concreto a realizar para lo cual deberemos de disponer de un muestrario que enseñaremos a los clientes.

El coste de esta compra será el que se muestra en el cuadro siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA	2.100,00 €	336,00 €	2.436,00 €

6.7. Equipo informático

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, fax e impresora. El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

6.8. 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 1.560,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y, sobre todo, de la ubicación del mismo).

6.9. Fondo de maniobra

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

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

Pagos Mensuales	CUANTÍA
Alquiler	904,80 €
Suministros	162,40 €
Sueldo	1.290,00 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	319,00 €
Total Pagos en un mes	2.896,60 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	8.689,80 €

6.10. Memoria de la 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	6.600,00 €	1.056,00 €	7.656,00 €
Equipamiento y maquinaria	9.600,00 €	1.536,00 €	11.136,00 €
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	240,00 €	1.740,00 €
Stock inicial y materiales	2.100,00 €	336,00 €	2.436,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Elemento de transporte	15.000,00 €	2.400,00 €	17.400,00 €
Herramientas	2.700,00 €	432,00 €	3.132,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.900,00 €	304,00 €	2.204,00 €
Fianzas	1.560,00 €	0,00 €	1.560,00 €
Fondo de maniobra	8.689,80 €	0,00 €	8.689,80 €
TOTAL	51.299,80 €	6.568,00 €	57.867,80 €



7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector no son homogéneos ya que vienen marcados por dos aspectos:

- El coste de la materia prima del producto que se vaya a realizar habiendo una gran variación en función del material del que se trate.
- El coste de la mano de obra necesaria.

En el caso de este proyecto, el coste de la mano de obra se ha considerado nulo ya que en principio será el emprendedor el que realice los trabajos ganándose la confianza de la clientela. Por tanto, en los costes variables sólo consideraremos el consumo de los materiales necesarios para realizar los muebles tapizados. Este consumo se ha estimado en un 25% del precio de venta de los artículos, lo que equivale a un margen medio final del 75% sobre las ventas.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de materia prima se estima en un 25% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 60 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 780,00 €.

- **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 140,00 € 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:**

Para realizar el estudio se ha considerado que el emprendedor será por ahora el único trabajador, dejando como decisión futura la incorporación de un aprendiz del oficio.

Por lo tanto, el gasto mensual de la personal quedará de la siguiente forma:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Tapicero (emprendedor autónomo)	1.290,00 €(*)	0,00 €	1.290,00 €
TOTAL	1.290,00 €	0,00 €	1.290,00 €

(*) Incluye la cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos como las reparaciones y el consumo de combustible así como otros gastos no incluidos en las partidas anteriores (tributos y seguros, etc.). La cuantía estimada será de 3.300,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 275,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	6.600,00 €	10 %	660,00 €
Equipamiento	9.600,00 €	20 %	1.920,00 €
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	20 %	300,00 €
Herramientas	2.700,00 €	20 %	540,00 €
Elemento de transporte	15.000,00 €	20 %	3.000,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			6.832,50 €

(*) 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:** Vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de materia prima (se ha supuesto un consumo del 25% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, tributos y seguros, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	9.360,00 €
Suministros	1.680,00 €
Sueldo	15.480,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	1.140,00 €
Otro gastos	3.300,00 €
Amortización del inmovilizado material	6.832,50 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33 €
Total gastos fijos estimados	39.565,83 €
Margen bruto medio sobre ventas	75%
Umbral de rentabilidad	52.754,44 €

Esto supondría una facturación anual de 52.754,44 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 4.396,20 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar el negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

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

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	6.600,00 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipamiento	9.600,00 €		
Elemento Transporte	15.000,00 €		
Herramientas	2.700,00 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.900,00 €		
Fianzas	1.560,00 €		
Mercancía y materiales	2.100,00 €		
Tesorería (*)	8.689,80 €		
IVA soportado	6.568,00 €		
Total activo	57.867,80 €	Total pasivo	57.867,80 €

(*) Se consideran 8.689,80 € 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	40.000,00	60.000,00	80.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 25%)	10.000,00	15.000,00	20.000,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	30.000,00	45.000,00	60.000,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	40.000,00	60.000,00	80.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	10.000,00	15.000,00	20.000,00
MARGEN BRUTO	30.000,00	45.000,00	60.000,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.360,00	9.360,00	15.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Otros gastos	3.300,00	3.300,00	3.300,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salario	15.480,00	15.480,00	15.480,00
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	6.832,50	6.832,50	6.832,50
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	633,33	633,33	633,33
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	39.565,83	39.565,83	39.565,83
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 9.565,83	5.434,17	20.434,17

(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.