

Plan de negocio

Tienda de mascotas "Tu mejor amigo"



Promotor

Pedro Martínez Salazar



APOYO EMPRESA CONSULTING

www.apoyoempresa.com

INDICE DE CONTENIDOS

CONCEPTO DE NEGOCIO

Promotor

Idea de negocio

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Hipótesis de trabajo

Plan de inversiones en activos fijos

Plan de financiación

Préstamo bancario necesario

Recursos propios

Estimación del nivel de ventas

Estimaciones de beneficios

Balances de situación previstos

SOLICITUD DE FINANCIACIÓN BANCARIA. CAPACIDAD DEL NEGOCIO PARA DEVOLVER EL PRÉSTAMO

Conclusión final

Promotor del negocio

Nombre	Antonio Satrústegui Yáñez
NIF / CIF	51134523S
Dirección	C/ La Paz nº 21
Localidad	Getafe
Provincia	Madrid

Régimen jurídico: RETA (autónomos)

Idea de negocio



El proyecto de negocio planteado en el presente documento consiste en una **tienda animales, con servicios especiales para mascotas**, bajo la denominación comercial de **“Tu mejor amigo”**.

La ubicación prevista para el establecimiento será un local comercial sito en la Plaza de España nº 2, en la localidad de Getafe (Madrid). El inmueble, dispone de 135 m².

La filosofía del negocio se basa en trabajar para el bienestar de las mascotas y sus dueños. Bajo esta premisa, se ofrece una variedad de servicios que cubren todas las necesidades de las personas y sus animales, gestionadas desde un único negocio, sin necesidad de que el cliente tenga que dirigirse a diferentes profesionales:

- Venta de animales vivos: perros y gatos de raza, pájaros, peces, roedores, reptiles, insectos, etc.
- Entrega de perros y gatos provenientes de asociaciones de animales, a todos los clientes que lo soliciten.
- Peluquería canina.
- Tienda online para la venta de productos a toda España, con envío de las compras a domicilio.
- Adiestrador canino.
- Servicio de transporte de animales (entrega/recogida) a residencias-hoteles durante las vacaciones de sus dueños.
- Venta de alimentación para todo tipo de animales.
- Venta de complementos y juguetes específicos para cada mascota: jaulas, peceras, ropa, juegos, elementos de sujeción, comederos, librería específica, etc.



Inicialmente, no se considera necesaria la contratación de trabajadores. De este modo se pretende minimizar los costes, hasta que aumente el volumen de clientes y se hiciese necesario contratar personal para mantener una buena calidad del servicio.

Se identifican los siguientes nichos de mercado:

- personas jóvenes que quieren un animal para compartir juegos.
- personas de mediana edad que necesitan un animal para compartir su ocio.
- personas mayores que necesitan un animal para que les aporte compañía y seguridad.

La tienda ofrecerá un **servicio integral**, de calidad y personalizado a sus clientes.



Se realiza gratuitamente asesoramiento para la elección del animal más adecuado para cada persona/necesidad, consejos sobre sus cuidados y alimentación, así como una residencia de confianza, donde el cliente pueda pasar sus vacaciones con la garantía de que su mascota estará en las mejores manos.

Para el comienzo de la actividad se necesita acondicionar previamente el local comercial elegido, en diferentes aspectos:

- Obras de reforma e instalaciones: caldera y colocación de tuberías de agua caliente y fría en las salas de peluquería y acuarios, trabajos de albañilería, carpintería, pintura, etc.
- Mobiliario:
 - Expositores para animales
 - Bañera y material de peluquería
- Otros equipamientos:
 - Caja registradora e informática
 - Varios: rótulo publicitario, decoración, iluminación, mobiliario auxiliar, etc.
- Tienda online: creación de página web con tienda online operativa en internet
- Productos: inversión inician en animales, accesorios y alimentación.

Para la promoción del negocio se utilizará fundamentalmente publicidad en prensa y radio local, buzoneo en el barrio, folletos en el local sobre ofertas varias, inserciones en guías especializadas, así como la promoción en internet: página web propia, anuncios de google adwords, anuncios en publicaciones especializadas, etc.

Las expectativas para el primer año de funcionamiento del negocio son consolidar la cartera de clientes, conseguir ser una tienda referente en la zona para todo lo

relacionado con el mundo de las mascotas y atender con normalidad el pago de todos los costes del negocio.

A medio plazo el objetivo se fija en la amortización total del préstamo bancario solicitado y de la transformación de la consulta veterinaria en clínica veterinaria.

Para el desarrollo del proyecto, el promotor dispone de **capitales propios por importe de 10.000 €** para invertir. El resto de la inversión necesaria para acondicionamiento del local, gastos de apertura y compra de mercancías, se realizará a través de la **formalización de un préstamo bancario a largo plazo** y se gestionaran las subvenciones a las que se tuviera derecho.



PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

Hipótesis de trabajo

El estudio económico-financiero para este negocio se ha realizado bajo diferentes premisas para cada magnitud económica que afecta al resultado del negocio. Se ha dado a cada variable los valores más razonables dentro de lo que se considera normal en sector de actividad, según la siguiente tabla:

VENTAS PRIMER AÑO:	100.000 €	RÉGIMEN JURÍDICO:	Autónomo
PREVISIONES DE EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS:	año 1 -	año 2 5%	año 3 5%
VENTAS AL CONTADO:	95% sobre ventas		
VENTAS A PLAZO:	5% sobre ventas		
PLAZO MEDIO DE COBRO A CLIENTES:	1 mes/es		
PLAZO DE PAGO A ACREDITORES:	1 mes/es		
PLAZO DE PAGO A PROVEEDORES:	1 mes/es		
COSTES VARIABLES MEDIOS:	47,5% sobre ventas	MARGEN BRUTO:	53% sobre ventas
STOCK MÍNIMO NECESARIO:	6% sobre ventas		
PÓLIZA DE CRÉDITO NECESARIA PARA ACTIVIDAD:	5% sobre ventas		
TIPO IVA (%)	21%		

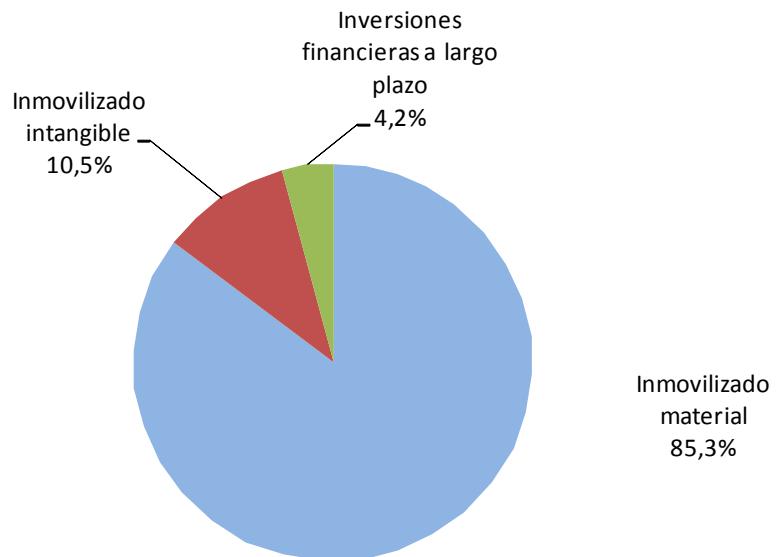
Plan de inversiones en activos fijos

Para iniciar actividades se precisa la realización del siguiente **plan de inversiones en activos fijos**, que suponen la infraestructura del negocio sobre la cual se va a poder dar servicio al cliente. Las inversiones previstas (**sin I.V.A.**) se desglosan por año y por tipo, sean activos materiales, inmateriales o financieros:

INVERSIONES EN INMOVILIZADO	año 1	año 2	año 3
Inmovilizado material	14.400	10.000	0
Maquinaria / equipamientos	3.000		
Obras y reformas	6.000		
Instalaciones	2.500		
Mobiliario	2.000		
Informática	900		
Vehículos		10.000	
Otros			
Inmovilizado intangible	3.000	0	0
Página web y tienda online	3.000		
Inversiones financieras a largo plazo	1.200	0	0
Fianzas de arrendamientos	1.200		
TOTAL ANUAL	18.600	10.000	0

El gráfico de la página siguiente refleja porcentualmente el volumen de inversiones por su tipología, lo que da idea de la naturaleza del negocio desde el punto de vista de los activos productivos necesarios:

Desglose de las inversiones



El **cuadro de amortizaciones** indica qué parte del valor de los activos productivos se va a imputar cada año a la cuenta de resultados como gasto del ejercicio. Se puede considerar como el "desgaste" que sufre el bien por ser utilizado en el desarrollo de la actividad, y a su vez como el dinero que habrá que apartar para poder reponerlo en su momento y sustituirlo por uno nuevo:

CUADRO DE AMORTIZACIONES		año 1	año 2	año 3
Inmovilizado material	% amortizable	1.140	2.140	2.140
Maquinaria / equipamientos	10%	300	300	300
Obras y reformas	5%	300	300	300
Instalaciones	10%	250	250	250
Mobiliario	10%	200	200	200
Informática	10%	90	90	90
Vehículos	10%		1.000	1.000
Otros	0%			
Inmovilizado intangible	% amortizable	300	300	300
Página web y tienda online	10%	300	300	300
	0%			
TOTAL AMORTIZACIÓN		1.440	2.440	2.440

Plan de financiación

El siguiente cuadro incorpora el **plan de financiación** previsto, que muestra los diferentes orígenes de dinero necesarios para pagar el conjunto de inversiones a realizar, tanto en activos fijos como en capital circulante. Los orígenes de fondos pueden ser: capitales propios (aportaciones del emprendedor), subvenciones recibidas para la compra de equipos o para el apoyo general a la actividad, financiación ajena de entidades de crédito, financiación de proveedores de inmovilizado a largo plazo (compra de activos con pagos a plazos), financiación a corto plazo de acreedores y organismos públicos (importes varios pendientes de pago) y autofinanciación (beneficios generados por el propio negocio).

RECURSOS FINANCIEROS	año 1	año 2	año 3
PATRIMONIO NETO	29.520	19.134	21.107
Aportaciones de capital	10.000		
Subvenciones de capital	2.500		
Subvenciones de explotación			
Resultados	17.020	19.134	21.107
PASIVO NO CORRIENTE	23.351	-3.423	-3.598
Préstamos a L/P con entidades de crédito	23.351	-3.423	-3.598
Disposiciones del préstamo	25.000		
Amortizaciones del préstamo	1.649	3.423	3.598
Proveedores de inmovilizado a L/P	2.000	-1.000	-1.000
Disposiciones del préstamo	3.000		
Amortizaciones del préstamo	1.000	1.000	1.000
PASIVO CORRIENTE	18.845	19.298	20.415
Préstamos a C/P ent. de crédito	5.000	5.250	5.513
Proveedores	4.458	4.181	4.390
Acreedores	1.249	1.275	1.302
Organismos Públicos	8.138	8.592	9.210
TOTAL DE RECURSOS FINANCIEROS	71.716	35.009	37.924

L/P : largo plazo

C/P : corto plazo

Préstamo bancario necesario

Para acometer las inversiones necesarias, se requiere la siguiente financiación bancaria:

Préstamo			
Importe	25.000 €	Interés nominal	5,00%
Plazo (años)	7	Carencia (meses)	6
T.A.E	5,12%	Cuota mes	376,07 €

CUADRO AMORTIZACIÓN ANUAL			
	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA ANUAL
AÑO	25.000	4.959	29.959
AÑO 1	1.649	1.233	2.881
AÑO 2	3.423	1.090	4.513
AÑO 3	3.598	915	4.513
AÑO 4	3.782	731	4.513
AÑO 5	3.976	537	4.513
AÑO 6	4.179	334	4.513
AÑO 7	4.393	120	4.513
AÑO 8			
AÑO 9			
AÑO 10			

Recursos propios del promotor

Los recursos propios disponibles para el proyecto y que serán aportados por el promotor del mismo para cofinanciar las inversiones requeridas, ascienden a la cantidad de:

Aportaciones socio/s

10.000 €

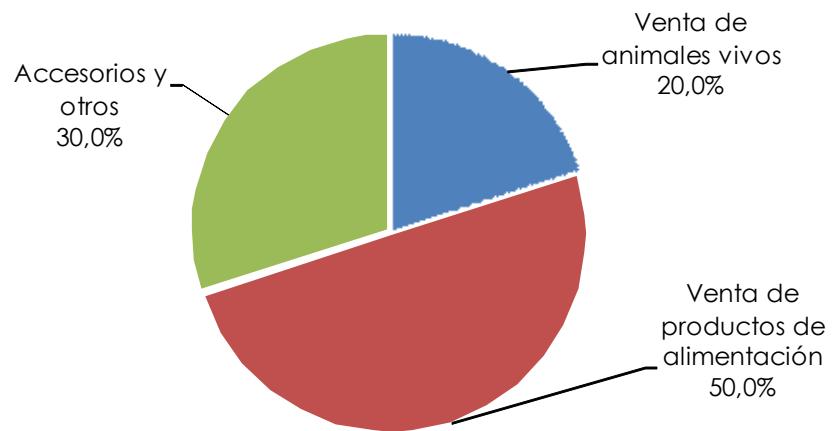
Estimación del nivel de ventas

El pronóstico de ventas es la proyección a futuro de la demanda esperada, dado un determinado conjunto de factores del entorno. Las ventas son en gran parte el resultado de las acciones de marketing desarrolladas y de las decisiones empresariales adoptadas: selección de productos, publicidad, elección correcta de la ubicación del negocio, política de precios, calidad en la realización del servicio, etc.

Tras el análisis del mercado realizado y en base a las expectativas del emprendedor, se ha realizado la siguiente previsión de ventas, con su correspondiente desglose por categorías:

Desglose de las ventas (en %)	año 1	año 2	año 3
Venta de animales vivos	20%	20%	20%
Venta de productos de alimentación	50%	50%	50%
Accesorios y otros	30%	30%	30%
ESTIMACIÓN DE LAS VENTAS	año 1	año 2	año 3
Venta de animales vivos	20.000	21.000	22.050
Venta de productos de alimentación	50.000	52.500	55.125
Accesorios y otros	30.000	31.500	33.075
Ventas anuales	100.000	105.000	110.250
Ventas mensuales medias	8.333	8.750	9.188
Ventas diarias medias	379	398	418

Desglose de las ventas por tipo de producto/servicio, año 1



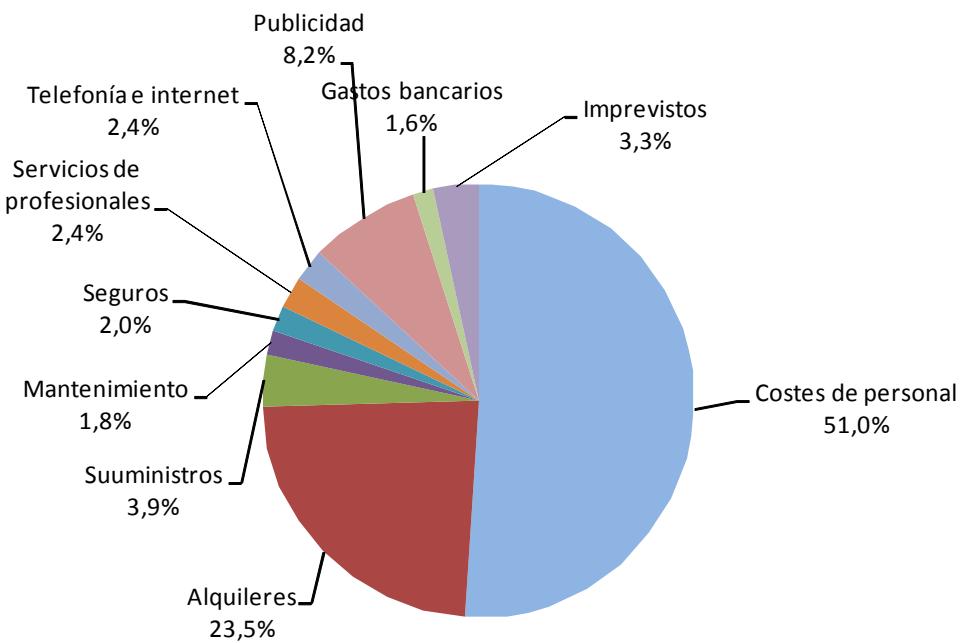
Estimación de los costes del negocio

Los **costes fijos** son todos aquellos en los que se incurre para que el negocio pueda abrir sus puertas, antes de haber realizado siquiera una sola venta. También se llaman los **costes de estructura** porque son los costes relativos a los procesos que soportan la actividad. Permanecen invariables e independientes del nivel de ventas:

Costes fijos	año 1	año 2	año 3
Costes de personal (sueldos y Seguridad Social)	15.613	15.862	16.116
Alquileres	7.200	7.344	7.491
Suministros (agua, electricidad y gas)	1.200	1.224	1.248
Reparaciones y mantenimiento	550	561	572
Seguros	600	612	624
Servicios de profesionales	720	734	749
Telefonía e internet	720	734	749
Publicidad	2.500	2.550	2.601
Gastos bancarios	500	525	551
Otros gastos e imprevistos	1.000	1.020	1.040
TOTAL	30.603	31.167	31.743

Desglose de costes de personal	año 1	año 2	año 3
Número de trabajadores	1	1	1
Sueldo medio bruto por trabajador	10.000	10.200	10.404
Sueldos y salarios	10.000	10.200	10.404
Seguridad Social	5.613	5.662	5.712

Composición de los costes fijos



Los **costes variables** dependen directamente del volumen de las ventas: si el nivel de actividad decrece, estos costes decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, los costes variables aumentan. En este negocio, los costes variables son los siguientes:

Venta de animales vivos	20,0%	40,0%	8,0%
Venta de productos de alimentación	50,0%	55,0%	27,5%
Accesorios y otros	30,0%	40,0%	12,0%
margin medio			47,50%

Compra de mercancía (animales para cría, accesorios, alimentación, librería especializada, etc.). Servicios de los profesionales autónomos colaboradores (peluqueros caninos, adiestradores, etc.)

El **margin de contribución** (ganancia directa por venta de producto) indica el porcentaje de las ventas que se destina a pagar los costes fijos del negocio:

	año 1	año 2	año 3
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	52,5%	52,5%	52,5%

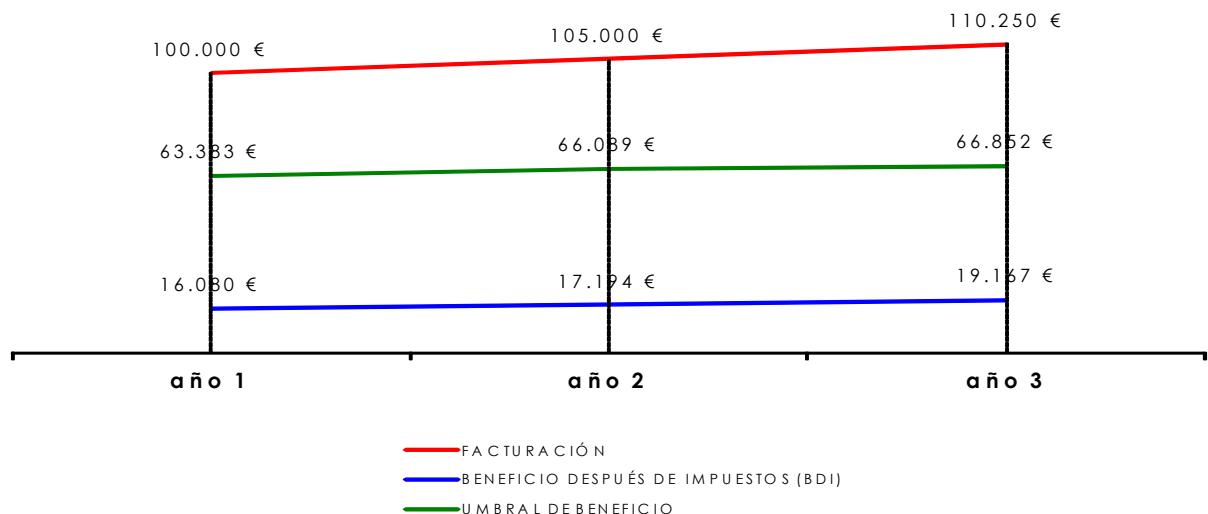
Estimaciones de beneficios

Una vez calculados los costes fijos y variables, y teniendo en cuenta las ventas esperadas, se pueden realizar las **cuentas de resultados previstas**, al objeto de obtener una estimación de los beneficios que puede generar la actividad.

El **resultado de explotación** indica la capacidad del negocio en sí mismo para generar beneficios, si no existiese pago de intereses bancarios ni impuestos.

El **resultado final del ejercicio** recoge los beneficios reales, una vez pagados los intereses de los préstamos y los impuestos a las Administraciones Públicas.

CUENTAS DE RESULTADOS	año 1	año 2	año 3
Importe neto cifra de negocios	100.000	105.000	110.250
Variación de existencias	-6.000	-300	-315
Aprovisionamientos	53.500	50.175	52.684
Gastos de personal	15.613	15.862	16.116
Otros gastos de explotación	14.990	15.305	15.627
Amortización del inmovilizado	1.440	2.440	2.440
Imputación de subvenciones	500	500	500
Resultado de explotación	20.957	22.018	24.199
Gastos financieros	2.040	1.790	1.650
Resultado financiero	-2.040	-1.790	-1.650
Resultado antes de impuestos	18.917	20.228	22.549
Impuestos (estimación IRPF)	2.838	3.034	3.382
Resultado del ejercicio	16.080	17.194	19.167
Resultados / Ingresos	16,08%	16,38%	17,38%



Balances de situación previstos

Los **balances de situación** previstos nos indican la situación patrimonial esperada para el negocio en cada año transcurrido.

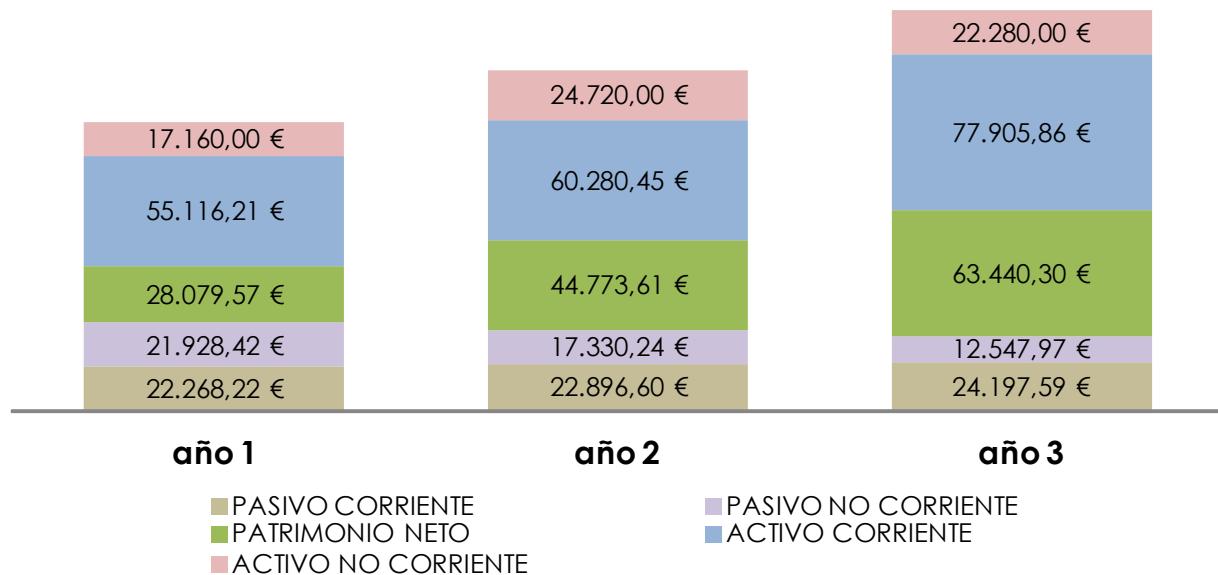
En el **activo** se recoge el valor de los activos "no corrientes" (locales comerciales, equipos, instalaciones, mobiliario...) teniendo en cuenta la depreciación que sufren y los activos "corrientes" (existencias de mercancías y materia prima en almacenaje, deudas pendientes de cobrar a clientes...). El total del activo es el valor del patrimonio que la empresa tiene.

En el **pasivo** se recogen las deudas bancarias, deudas con proveedores y Administraciones Públicas, así como el patrimonio neto (aportaciones del emprendedor a la empresa y los beneficios generados en cada año y no retirados).

Se ha considerado la hipótesis de que las ganancias obtenidas no se retiran de la empresa y permanecen en balance.

BALANCES DE SITUACIÓN	año 1	año 2	año 3
ACTIVO NO CORRIENTE	17.160	24.720	22.280
Inmovilizado intangible	2.700	2.400	2.100
Inmovilizado material	13.260	21.120	18.980
Inversiones financieras a largo plazo	1.200	1.200	1.200
ACTIVO CORRIENTE	55.116	60.280	77.906
Existencias	6.000	6.300	6.615
Deudores comerciales	417	438	459
Tesorería	48.700	53.543	70.831
TOTAL ACTIVO	72.276	85.000	100.186
PATRIMONIO NETO	28.080	44.774	63.440
Capital	10.000	10.000	10.000
Reservas		16.080	33.274
Pérdidas y ganancias	16.080	17.194	19.167
Subvenciones	2.000	1.500	1.000
PASIVO NO CORRIENTE	21.928	17.330	12.548
Deudas a L/P con ent. de crédito	19.928	16.330	12.548
Proveedores de inmovilizado a L/P	2.000	1.000	
PASIVO CORRIENTE	22.268	22.897	24.198
Deudas a C/P con ent. de crédito	8.423	8.848	9.295
Proveedores	4.458	4.181	4.390
Acreedores	1.249	1.275	1.302
Hacienda y Seguridad Social	8.138	8.592	9.210
TOTAL PASIVO	72.276	85.000	100.186

Evolución de las masas patrimoniales en balance de situación



El **fondo de maniobra** es una magnitud que nos indica si una empresa dispone de los suficientes recursos para hacer frente a sus deudas próximas. Es un buen indicador de la solvencia a corto. Técnicamente se define como los recursos financieros de largo plazo que la empresa tiene para financiar sus gastos corto plazo, una vez que ya ha financiado sus activos fijos. Es decir, es la parte del activo circulante que es financiada con recursos de carácter permanente (financiación a largo plazo o recursos propios).

Evolución del fondo de maniobra



SOLICITUD DE FINANCIACIÓN

Tipo	Préstamo
Plazo (años)	7
Carencia (meses)	6
Importe	25.000 €
Garantías	Personales
Finalidad	Financiación para la puesta en marcha del negocio: reformas, instalaciones, mobiliario, informática y stock inicial de mercancía. Financiación de los gastos corrientes durante los primeros meses de actividad.

CAPACIDAD DEL NEGOCIO PARA DEVOLVER EL PRÉSTAMO

CAPACIDAD DE PAGO DEL NEGOCIO	Margen sobre ventas	Resultado de explotación	Cuota anual del préstamo	Remanente
	año 1 16,08%	20.957	2.881	18.075 €
año 2 16,38%		22.018	4.513	17.505 €
año 3 17,38%		24.199	4.513	19.686 €
PUNTOS FUERTES	Amplia oferta de servicios. Inexistencia de competencia directa en la zona. Experiencia previa en el sector. Especialidad en adiestramiento canino.			
GARANTÍAS DEL PROMOTOR	Personales			

Conclusión final

El proyecto de negocio desarrollado en este documento se demuestra viable, con un nivel de riesgo asumible. Las previsiones de crecimiento son buenas y todos los indicadores apuntan a que se mantendrán las rentabilidades del negocio y las perspectivas de crecimiento.

Los márgenes sobre ventas consiguen generar beneficio y por tanto autofinanciación. La distancia en ventas al punto muerto es suficiente para situar al negocio en una posición de menor riesgo.

La rentabilidad económica esperada responde a las expectativas del emprendedor.

La capacidad de amortización del préstamo es suficiente ya que el cash-flow esperado es positivo en todos los ejercicios, por lo que no se prevén situaciones de iliquidez.

Como conclusión, según los datos aportados por el estudio, el proyecto es sostenible desde el punto de vista económico y financiero.



APOYO EMPRESA CONSULTING

www.apoyoempresa.com