

Monta una tienda de mascotas desde

Pon animales

una inversión de 17.100 euros

en sus vidas

Ésta es un opción empresarial recomendada únicamente para amantes de los animales. ¿Sus ventajas? No requiere una inversión muy alta y puede ser una buena alternativa para aquellos que no tienen titulación como veterinarios.

Monté la tienda hace unos ocho años, pues en aquel momento el negocio de animales de compañía estaba en auge”, asegura Miguel Ángel Sánchez, propietario del comercio especializado en pajarería y acuario Los reyes de la casa (Tel. 91 776 41 53). Aunque el sector ha vivido momentos mejores y peores, sigue siendo un negocio rentable. Ahora bien, abrir una tienda de animales requiere una gran dedicación y

es una actividad que sólo está indicada para personas que conozcan el sector y a las que les gusten los animales.

Pros y contras

Uno de los principales problemas es la elevada competencia. Según Diana Sedano, dueña de la tienda de animales Waku Waku (Tel. 91 696 53 62), “en este negocio el problema de la competencia se multiplica por tres. Por un lado, cada tienda de animales tiene que ➤

Busca el local y la ubicación adecuada

Lo ideal es establecerse en una zona con elevado tránsito peatonal y, según Miguel Ángel Sánchez, “en un barrio asentado cuya población tenga una capacidad de renta media-alta”. Para él, los barrios de nueva creación no son muy adecuados: “La mayoría de las personas que los

habitan son parejas jóvenes con un importante nivel de endeudamiento y que suelen trabajar ambos fuera de casa”. Diana Sedano recomienda, sin embargo, hacer un estudio de mercado porque “puede haber personas que requieran animales para cuidar la casa”. Si tus recursos lo permiten, los

centros comerciales son ubicaciones muy ventajosas, por sus horarios y tránsito. Respecto al tamaño, ten en cuenta que para que sea declarado núcleo zoológico, y dependiendo de los animales que vayas a comercializar, tendrá que tener un número de metros mínimos. Sedano

comenta que “nuestro local es pequeño y sólo podíamos obtener una certificación como núcleo zoológico de paso o de tránsito de animales”. Ella aconseja un local de 60 a 80 m². Y, aunque no sea obligatorio, los empresarios del sector recomiendan contar con un almacén.

Los expertos recomiendan que la superficie del local ocupe entre 60m² y 80m², y que es mejor disponer de un espacio para almacén.

Requisitos legales a tener en cuenta

Según informan las Ventanillas Únicas de las Cámaras de Comercio de 12 comunidades autónomas y la Ventanilla Única Empresarial Virtual (www.vue.es), abrir una tienda de animales precisa tramitar la llamada autorización y registro de núcleos zoológicos. Como su resolución corresponde a las CC AA (normalmente a sus consejerías de agricultura y ganadería)

los requisitos para obtener la licencia de actividad varían de una comunidad autónoma a otra. Para realizar este trámite es necesario presentar una solicitud y, entre otros documentos, los datos identificativos, los planos del local, la memoria suscrita por un técnico sobre la explotación, etc. Posteriormente, los servicios veterinarios de la Comunidad correspondiente visi-

tarán el local para conceder, si todo está en orden, la autorización como núcleo zoológico. Licencia de actividad Aunque el plazo para este trámite ronda los tres meses, dado el carácter potencialmente molesto o insalubre de este tipo de tiendas, la licencia municipal se suele tramitar como si fuera una actividad calificada o clasificada. Esto puede

implicar un incremento de los plazos de resolución respecto de las actividades inocuas y la obligación de aportar documentación específica. Así, deberás tener en cuenta la normativa de cada municipio. Otras obligaciones Otra exigencia habitual para montar una tienda de mascotas es que el empresario lleve un registro donde, entre otras cosas, se espe-

cifique la entrada y salida de los animales en el establecimiento. Del mismo modo, suele exigirse que en las ventas a particulares se entregue un documento con información sobre las características de cada animal, consejos para su educación y condiciones de mantenimiento y de bienestar necesarias. Asimismo, es obligatorio que en las tiendas esté garantizada las condi-

ciones de salubridad (limpieza, instalaciones adecuadas para las necesidades de cada especie, etc), de salud (control veterinario propio o asesoramiento externo) y de espacio, para la estancia y el recreo de los animales. Algunas Comunidades son más exigentes que otras. En Extremadura y Cataluña está prohibida la exhibición de animales en los escaparates.

Inversión mínima necesaria

Para iniciar esta actividad empresarial tendrás que realizar, como mínimo, las inversiones que se detallan a continuación. También necesitarás contar con un colchón financiero para hacer frente a los gastos de agua, luz, personal, teléfono, imprevistos... hasta que tu negocio despegue.

Gastos de primer establecimiento (gastos de constitución de la SL + trámites administrativos)	3.300 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	1.800 euros
Reforma y mobiliario	6.000 euros
'Stock'	6.000 euros
TOTAL	17.100 euros

PLAN DE NEGOCIO

Perfil del negocio

En nuestro supuesto de plan financiero el emprendedor alquilará un local de unos 50 m², estableciéndose en una zona de tránsito para favorecer la compra por impulso. Contará con una inversión de 30.500 euros, 24.000 de los cuales los conseguirá mediante un préstamo. Para iniciar la actividad empresarial contratará a una persona a media jornada. Llegará a conseguir el punto de equilibrio en el tercer año de vida de la empresa.

Gastos de personal

En la Cuenta de Resultados se aplica el criterio de devengo: todos los meses se contabiliza el gasto proporcional de cada trabajador (Seguridad Social, Hacienda y paga extra). En el Pasivo se contabilizan las retenciones. Como el IRPF se salda cada tres meses y las cuentas de balance son acumulativas, en enero sólo aparecerá el IRPF correspondiente a un mes, en febrero a dos y en marzo a tres. Liquidados los tres meses en abril, se repite la secuencia. En Remuneraciones pendientes de pago se recoge cada mes el importe de las pagas extras pendientes de liquidar (el empresario no tiene). En Tesorería se aplica el principio de caja: se incluye el pago de los sueldos de empleados y del emprendedor, las retenciones, la seguridad social a cargo de la empresa y a cargo del trabajador cuando se hace efectivo.

Préstamo

El empresario solicita un préstamo de 24.000 euros. Éste repercute en Tesorería como un cobro puntual del dinero que nos transfiere el banco y como un pago mensual tanto de los gastos financieros o intereses como de la cantidad del préstamo que devolvemos cada mes . En cuanto a la repercusión en la Cuenta de Resultados, sólo se considera como gasto el pago de intereses. En el Balance aparecerá como un pasivo a largo plazo, esto es, una deuda de la empresa con el banco que disminuirá cada mes según se va saldando.

El primer ejercicio en cifras

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun		Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas	2.250	2.600	2.700	2.800	2.900	3.000		2.600	2.300	3.000	3.100	3.300	3.500	34.050
Compras	1.013	1.170	1.350	1.400	1.450	1.500		1.300	1.150	1.500	1.550	1.650	1.750	16.783
Alquiler oficina	600	600	600	600	600	600		600	600	600	600	600	600	7.200
Gastos de Personal	721	721	721	721	721	721		721	721	721	721	721	721	8.653
Otros Gastos	900	900	900	780	780	780		600	600	600	600	600	700	8.740
Gastos Financieros (intereses)	140	139	138	137	136	135		134	133	132	131	130	129	1.617
Dotación para la amortización (6.300 euros)	40	40	40	40	40	40		40	40	40	40	40	40	485
RESULTADOS	-1.164	-970	-1.050	-878	-827	-776		-795	-944	-593	-542	-441	-440	-9.428
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun		Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería	0	19.485	18.721	17.864	17.040	16.419		15.856	11.647	10.857	10.474	10.005	9.796	
COBROS														
Ventas	2.610	3.016	3.132	3.248	3.364	3.480		3.016	2.668	3.480	3.596	3.828	4.060	39.498
Capital	6.500													6.500
Préstamo	24.000													24.000
TOTAL TESORERÍA	33.110	22.501	21.853	21.112	20.404	19.899		18.872	14.315	14.337	14.070	13.833	13.856	69.998
PAGOS														
Reforma y mobiliario	3.150							3.150						6.300
Stock	6.000													6.000
Compras	1.175	1.357	1.566	1.624	1.682	1.740		1.508	1.334	1.740	1.798	1.914	2.030	19.468
Gastos de Personal	300	623	623	767	623	623		1.067	623	623	767	623	623	7.886
Gastos Financieros (intereses)	140	139	138	137	136	135		134	133	132	131	130	129	1.617
Alquiler oficina	600	600	600	600	600	600		600	600	600	600	600	600	7.200
Otros Gastos	900	900	900	780	780	780		600	600	600	600	600	700	8.740
Fianzas Constituidas	1.200													1.200
Devolución Préstamo	160	161	162	163	164	165		166	167	168	169	170	171	1.985
TOTAL PAGOS	13.625	3.780	3.989	4.071	3.985	4.043		7.225	3.457	3.863	4.065	4.037	4.253	60.396
SALDO TESORERÍA	19.485	18.721	17.864	17.040	16.419	15.856		11.647	10.857	10.474	10.005	9.796	9.602	9.602
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun		Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	
ACTIVO														
Inmovilizado	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300		6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	
Amortización Acumulada	-40	-81	-121	-162	-202	-242		-283	-323	-363	-404	-444	-485	
Stock	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000		6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	
Hacienda Pública, IVA soportado	162	349	565	789	1.021	1.261		1.469	1.653	1.893	2.141	2.405	2.685	
Fianzas Constituidas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Caja y Bancos	19.485	18.721	17.864	17.040	16.419	15.856		11.647	10.857	10.474	10.005	9.796	9.602	
TOTAL ACTIVO	33.107	32.489	31.808	31.168	30.738	30.375		26.333	25.688	25.504	25.242	25.257	25.303	
PASIVO														
Capital	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500		6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	
Deudas con bancos	23.840	23.679	23.517	23.354	23.190	23.025		22.859	22.692	22.525	22.356	22.186	22.015	
Proveedores	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150		3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	
Resultado Ejercicio	-1.164	-2.135	-3.184	-4.063	-4.891	-5.667		-6.463	-7.408	-8.002	-8.545	-8.987	-9.427	
Personal, SS y Hacienda	371	419	467	371	419	467		371	419	467	371	419	467	
Remu. Pendientes de Pago	50	100	150	200	250	300		50	100	150	200	250	300	
Hacienda, IVA repercutido	360	776	1.208	1.656	2.120	2.600		3.016	3.384	3.864	4.360	4.888	5.448	
TOTAL PASIVO	33.107	32.489	31.808	31.168	30.738	30.375		26.333	25.688	25.504	25.242	25.257	25.303	

Rentabilidad

“Los complementos son más interesantes de comercializar en términos de rentabilidad que los animales vivos, por lo que hay que tratar de conseguir un equilibrio en las ventas. El margen que se puede obtener de los animales vivos depende de la rapidez con que se vendan. La razón es que, si tardas en darles salida, estarás invirtiendo dinero en su mantenimiento y, como consecuencia, su rentabilidad bajará. En cuanto a los complementos, se suele trabajar con un margen que oscila entre el 50 y el 60%”, comenta David Sabate. Por su parte, Miguel Ángel Sánchez añade que “en alimentación se trabaja con un margen de entre el 20% y el 30% y, como son los productos que más se venden, la rentabilidad está en torno a ello”.

Fianzas constituidas

En nuestro supuesto tan sólo incluimos la fianza por el alquiler del local. El importe del mismo variará en función de muchos factores (la provincia, el barrio, los metros...) pero, de cualquier forma, la fianza exigida suele ser de dos meses. En la Cuenta de Resultados aparecerá sólo el pago mensual del alquiler, ya que para la empresa la fianza no se considera como un gasto, sino como activo de balance –inmovilizado financiero–, es decir, como un derecho que la sociedad tiene, puesto que le será devuelto de forma íntegra una vez abandone el local. Por otro lado, tanto la fianza como el alquiler se consideran como un pago para el presupuesto de Tesorería y se contabilizarán como tal en el momento de hacerse efectivos.

‘Stock’ de seguridad

“Lo aconsejable es dedicar, como mucho, una cuarta parte de la inversión inicial a la compra de animales vivos. Otra cuarta parte se deberá destinar a la compra de complementos”, recomienda David Sabate. En el plan financiero, incluimos como ‘stock’ de seguridad el valor de las mercancías de venta al público que se mantienen siempre en la tienda. Desde un punto de vista contable, se trata de las existencias y forma parte del activo del Balance. Observa que permanecen constantes a lo largo de todo el año. Esto es así porque en nuestro supuesto asumimos que, según se va dando salida a la mercancía, ésta se va reponiendo, de tal forma que siempre hay en la tienda un ‘stock’ de idéntico valor.

CONCEPTOS CONTABLES

Aunque la contabilidad de la empresa la lleve una gestoría, conviene que el empresario tenga unos conocimientos básicos para interpretarla y apoyar su toma de decisiones. En nuestro supuesto de plan financiero podemos distinguir: **Cuenta de Resultados** El Plan General Contable ofrece una Cuenta de Pérdidas y Ganancias normal y una abreviada. Ambas reflejan,

con independencia del mes en que se hagan efectivos, todos los ingresos y gastos mensuales del negocio. Así, si en marzo se paga por adelantado el alquiler de abril, el gasto se contabiliza en este último mes. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias informa mes a mes del resultado obtenido y, al final del año, de las pérdidas –si es negativo– o ganancias –si es positivo– con las que concluye el ejercicio contable.

Presupuesto de Tesorería

Recoge todos los pagos y cobros en el momento en que se hacen efectivos. Su mayor utilidad es que permite conocer la liquidez de la empresa en cada momento, ayudando a la toma de decisiones. Por ejemplo, si la diferencia entre pagos y cobros es positiva, se podrán planificar futuras inversiones y, si es negativa, plantearse la necesidad de solicitar un préstamo.

Balance Previsional

Está formado por el activo y el pasivo, que siempre deben coincidir. El activo está compuesto por las cuentas que suponen una posesión o derecho a favor de la empresa (por ejemplo, las existencias). En el pasivo se incluyen las partidas que indican una obligación o deuda de la empresa (como, por ejemplo, las que adquiere la sociedad con sus proveedores).

➤ competir con el resto de comercios dedicados a su misma actividad; por otro, con las superficies comerciales, que venden productos de alimentación y accesorios a unos precios con los que no se puede competir y, por último, con las clínicas veterinarias, que son las que más problemas plantean a los comercios especializados porque disponen de casi todos los servicios y productos que nosotros ofrecemos”. Aun así, Sedano

cree que estas tiendas especializadas son un negocio con futuro: “La gente se preocupa cada vez más por la alimentación e higiene de sus animales, lo que ha abierto el mercado. Y parece que las familias siguen queriendo tener mascotas”. Sánchez advierte que “como todos los comercios, las tiendas de animales pueden verse afectadas por las modas de tener uno u otro animal”. Sin embargo, asegura que “cuando bajan las ventas

de una especie sube la de otras por lo que siempre es posible mantenerse”. **David Sabate**, propietario de la tienda *Camaleo* (www.camaleoweb.com), se decantó por abrir una tienda de animales especializada en especies exóticas donde a la vez se ofrecen servicios veterinarios. “Para abrir ahora una tienda-clínica”, explica Sabate, “es necesario que ambos comercios tengan entradas independientes y disponer de dos licencias de ➤

Buscando la especialización

En un sector con una elevada competencia, no sólo por la cantidad de tiendas existente sino también por la que ejercen las grandes superficies y las clínicas veterinarias, la especialización puede ser una buena forma de atraer la clientela. "Se están abriendo tiendas de animales centradas en algún servicio o en la venta de un tipo de animal en concreto: pájaros, perros..., y sus complementos correspondientes. Por ejemplo, en nuestro caso nos hemos especializado en peluquería canina porque podemos ofrecer precios más baratos ya que realizamos el servicio nosotros mismos", comenta

Diana Sedano propietaria de Waku Waku. "Un servicio especializado puede ser bastante rentable no sólo por el público, sino también porque los clientes siempre suelen comprar algún producto", comenta Sedano. Además otra gran ventaja, en el caso de Waku Waku, es que el servicio lo realizan ellos: "hay otros establecimientos que tienen que subcontratar al profesional compartiendo con él en torno al 50% de las ganancias".

Infraestructura necesaria.

Si decides ofrecer los servicios de peluquería canina, necesitarás para ello disponer de:

► Un cuarto independiente de por lo menos 3 m².

► Material necesario: máquinas secadoras, bañera, cuchillas... "Para iniciar la actividad sería suficiente con una inversión de unos 18.000 euros. Hay que tener en cuenta que se tendrá que seguir reinvertiendo a medida que crezca el negocio", comenta Sedano.

► Conocimientos previos. Si tienes experiencia en el sector puedes realizarlo tú mismo o, por el contrario, subcontratarlo a un profesional independiente con el que tendrás que repartir los ingresos. Sin embargo de este modo ahorrarás parte de los costes ya que el peluquero externo tendrá que aportar casi todo el material necesario para prestar el servicio.



Arriba, José Escudero y Diana Sedano, propietarios de la tienda de animales y peluquería canina Waku-Waku. A la izquierda, una imagen exterior de la tienda, en Getafe (Madrid).

Perros y gatos dan mucho trabajo y no siempre dejan los mejores márgenes

► actividad. Esto aumenta los gastos pero también ofrece un servicio integral al cliente". En este caso, uno de los socios debe ser veterinario y estar colegiado.

Una tienda básica

Si sólo vas a poner en marcha la tienda, estas recomendaciones pueden ayudar: **Poco a poco.** Especialízate en la venta de un pequeño número de especies y amplía tu oferta en función de las posibilidades y de la demanda. Sedano aconseja "vender en un principio accesorios y alimentación para las especies más corrientes y distintos animales pequeños que

sirvan de reclamo". Sabate opina igual: "Los animales son mercancías perecederas que hay que cuidar y alimentar todos los días hasta que se venden por lo que, sobre todo al principio, hay que limitar su cantidad".

Cuidado con los perros y los gatos. Sánchez explica que "son los que más trabajo dan y no siempre los que más margen dejan. Además, cuando dejan de ser cachorros su demanda baja y, entonces, o los devuelves al criador o los tienes que medio regalar". En cualquier caso, hay que conocerlos muy bien: "Si los clientes perciben que no sabes nada

de perros, por muy agradecidos que sean tus cachorros, es muy posible que no te los compren a ti", advierte Sánchez.

Venta por encargo. "En nuestra tienda –comenta Sedano– no tenemos perros pero sí los vendemos por encargo gracias a nuestros acuerdos con los criadores. De este modo, no perdemos la oportunidad de ofrecer estas especies a los clientes pero nos evitamos los problemas de tenerlos en la tienda". Esta opción es recomendable al empezar y puedes utilizarla con otras especies menos demandadas o con animales de importación.

Amplía tus servicios. Además de vender animales, accesorios y alimentación, ofrece otros servicios: peluquería canina, pienso a domicilio, guardería, adiestramiento... Aunque tengas que subcontratarlos, obtendrás un margen que mejorará tu cuenta de resultados.

Asesoramiento y atención. Sánchez afirma tajante que "debes preocuparte por los ejemplares que vendes, saber asesorar a tus clientes y tener nociones de salud, alimentación e higiene animal. Si no, estarás abocado al fracaso".

Maribel González y Celia García

Emprendedores 'on line'

En nuestra página 'web' www.emprendedores.es te puedes descargar en PDF los planes de negocio que hemos publicado en números anteriores: agencia inmobiliaria, restaurante, agencia

de viajes, academia de idiomas, agencia de traducción, casa rural, agencia de publicidad, gimnasio, tienda 'delicatessen', empresa de 'software', tienda de moda, video-club, turismo activo, org. de even-

tos, peluquería, herbolario, bar de copas, autoescuela, consultora de Internet, guardería, tienda de vinos, administradora de fincas, panadería, parafarmacia, 'bufete' legal y empresa de reformas.

Ilustración: David Villanueva. Fotos: Antonio Cuenca.