

## PLAN DE NEGOCIO

### Perfil del negocio

Para montar un herbolario tendrás que invertir, como mínimo, un capital de entre 20.000 y 30.000 euros. En nuestro supuesto, el emprendedor solicita un préstamo de 15.025 euros y aporta de su bolsillo 9.015 euros. Aunque para empezar sería suficiente con una persona atendiendo el negocio, el empresario opta por contratar un trabajador a media jornada para poder ampliar la oferta horaria.

### Compras

Comparar precios entre los diferentes proveedores (Santiveri, Soria Natural, etc.) te permitirá ahorrar en la compra de productos. "Hay mucha diferencia de precios en artículos muy similares", comenta Rocío Nieto. "Pero no sólo hay que mirar el precio sino también, por ejemplo, en el caso de comprimidos, la concentración de los mismos. Hay veces que te ofrecen un producto mucho más barato, pero con mucha menor concentración. Al final acabas comprando mayor cantidad y no te ahorras nada", añade Rocío.

### Stock de seguridad

El valor del stock de productos a almacenar en tu negocio para poder iniciar la actividad empresarial oscilará, como mínimo, entre 12.000 y 18.000 euros. Esta cantidad te permitirá tener una gama significativa de los artículos de mayor demanda. "Si se pretende ofrecer una gran variedad de género, la inversión necesaria estará próxima a los 36.000 euros", comentan Francisca Blanco y Rogelio González, propietarios del herbolario El Tilo.

El primer ejercicio en cifras													
Cantidades en euros													
CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas	4.808	5.710	5.109	5.409	5.109	5.409	4.508	3.005	5.710	6.010	5.860	6.912	63.557
Compras	3.606	4.282	3.831	4.057	3.831	4.057	3.381	2.254	4.282	4.508	4.395	5.184	47.668
Alquiler local	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	7.212
Gastos de personal	1.213	1.213	1.213	1.213	1.213	1.693	1.213	1.213	1.213	1.213	1.213	1.693	15.513
Otros gastos	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.803
Gastos financieros (intereses)	94	93	91	90	89	87	86	85	83	82	81	79	1.040
Dotación para la amortización (3.005/ 5 años)	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	601
<b>RESULTADOS</b>	<b>-906</b>	<b>-679</b>	<b>-828</b>	<b>-752</b>	<b>-825</b>	<b>-1.230</b>	<b>-973</b>	<b>-1.347</b>	<b>-670</b>	<b>-593</b>	<b>-630</b>	<b>-846</b>	<b>-10.279</b>
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería													
COBROS		9.886	9.100	8.164	7.148	6.212	4.870	2.126	664	-122	-987	-1.736	
Ventas	4.808	5.710	5.109	5.409	5.109	5.409	4.508	3.005	5.710	6.010	5.860	6.912	63.557
Capital	9.015												9.015
Préstamo	15.025												15.025
<b>TOTAL TESORERÍA</b>	<b>28.849</b>	<b>15.596</b>	<b>14.209</b>	<b>13.573</b>	<b>12.257</b>	<b>11.621</b>	<b>9.378</b>	<b>5.131</b>	<b>6.374</b>	<b>5.888</b>	<b>4.872</b>	<b>5.176</b>	<b>87.598</b>
PAGOS													
Reforma y mobiliario	1.503						1.503						3.006
Compra stock de seguridad	12.020												12.020
Compras	3.606	4.282	3.831	4.057	3.831	4.057	3.381	2.254	4.282	4.508	4.395	5.184	47.668
Gastos de personal	781	1.161	1.161	1.316	1.161	1.642	1.316	1.161	1.161	1.316	1.161	1.642	14.978
Gastos financieros (intereses)	94	93	91	90	89	87	86	85	83	82	81	79	1.040
Alquiler local	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	601	7.212
Inversión publicitaria	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.803
Devolución préstamo	207	208	210	211	212	214	215	216	218	219	220	222	2.573
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>18.963</b>	<b>6.495</b>	<b>6.045</b>	<b>6.425</b>	<b>6.045</b>	<b>6.751</b>	<b>7.252</b>	<b>4.467</b>	<b>6.495</b>	<b>6.876</b>	<b>6.608</b>	<b>7.878</b>	<b>90.300</b>
<b>SALDO TESORERÍA</b>	<b>9.886</b>	<b>9.100</b>	<b>8.164</b>	<b>7.148</b>	<b>6.212</b>	<b>4.870</b>	<b>2.126</b>	<b>664</b>	<b>-122</b>	<b>-987</b>	<b>-1.736</b>	<b>-2.702</b>	<b>-2.707</b>
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
ACTIVO													
Inmovilizado	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	3.005	
Amortización acumulada para inmovilizado material	-50	-100	-150	-200	-250	-300	-351	-401	-451	-501	-551	-601	
Stock de seguridad	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	12.020	
Caja y bancos	9.886	9.100	8.164	7.148	6.212	4.870	2.126	664	-122	-987	-1.736	-2.702	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>24.861</b>	<b>24.025</b>	<b>23.039</b>	<b>21.973</b>	<b>20.987</b>	<b>19.595</b>	<b>16.801</b>	<b>15.289</b>	<b>14.453</b>	<b>13.537</b>	<b>12.739</b>	<b>11.722</b>	
PASIVO													
Capital	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	9.015	
Deudas con bancos	14.818	14.610	14.400	14.189	13.976	13.763	13.548	13.331	13.113	12.894	12.674	12.452	
Proveedores	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503						
Resultado ejercicio	-906	-1.585	-2.413	-3.165	-3.990	-5.220	-6.193	-7.541	-8.210	-8.804	-9.433	-10.279	
Personal, SS y Hacienda	431	483	535	431	483	535	431	483	535	431	483	535	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>24.861</b>	<b>24.025</b>	<b>23.039</b>	<b>21.973</b>	<b>20.987</b>	<b>19.595</b>	<b>16.801</b>	<b>15.289</b>	<b>14.453</b>	<b>13.537</b>	<b>12.739</b>	<b>11.722</b>	

### Ventas

Abril, mayo y junio suelen ser buenos meses en cuanto al volumen de ventas, ya que la clientela acude a los herbolarios en busca de una puesta a punto general para el verano: productos de dietética, de belleza natural...

Octubre, noviembre y diciembre son también meses favorables. En estos meses, los productos más vendidos son los relacionados con los síntomas típicos de la etapa preinvernal: infusiones de hierbas, energéticos, suplementos vitamínicos...

Los meses de Julio y agosto, coincidiendo con la plena temporada vacacional, suelen conformar, por el contrario, el peor periodo de ingresos para un herbolario.

En cualquier caso, el volumen de ventas dependerá del tipo concreto de productos en que se haya especializado tu negocio. Si, por ejemplo, te especializas en plantas para infusiones, los meses de verano tendrás un volumen de ventas menor, ya que con el calor se suelen consumir menos estos artículos.

### Rentabilidad

La rentabilidad media que se suele obtener en un herbolario oscila entre el 20% y el 23%. Por ejemplo, los artículos relacionados con la dietética, como los copos o la harina, dejan un 20% de margen; mientras que productos como los preparados de plantas proporcionan un poco más; alrededor de un 23%.

También hay que tener en cuenta que los productos que se adquieren directamente de las casas productoras

suelen indicar un precio de venta recomendado que condicionará la rentabilidad que se obtendrá con la venta de los mismos. "El margen comercial depende en gran medida de cómo realice sus compras. Se puede llegar a alcanzar hasta un 29% si se negocia directamente con las casas productoras o si se tienen varios herbolarios y se consiguen descuentos por volumen de compras", comenta Vega López.

### Proveedores

La compra inicial del stock será la más grande que realizarás, ya que lo habitual es hacer pequeños pedidos regulares según se vayan agotando. La forma más habitual de adquirir el producto es a través de las distribuidoras, que actúan de intermediarios entre las casas productoras y los propietarios de los herbolarios. La ventaja de este sistema es que se puede vender bajo pedido, es decir,

que si un cliente te solicita un artículo que no comercializas, en vez de no proporcionárselo, lo solicitas a una distribuidora y en unas cuantas horas ya lo tienes. La gran desventaja de esta fórmula es que no obtendrás descuentos por volumen de compras, ya que suelen ser pedidos pequeños y puntuales, y que el producto se ve encarecido por el margen del intermediario.

Plan de Negocio Herbolario

<http://100plandenegocios.com>