

300 planes de negocio

**Plan de negocio
KARAOKE**

Sector de Ocio, Cultura y Deporte

Datos de 2006



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 estudia la creación de un bar con servicio de karaoke.

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

Algunos requisitos que, con carácter general, se exigen para la apertura de un bar con karaoke son:

1. Licencia municipal de funcionamiento:

Para que la concedan es necesaria una certificación de un técnico que acredite que la adaptación del local se ha realizado bajo su dirección y conforme a la normativa. Además, se debe contratar un seguro que cubra los riesgos de incendio y de responsabilidad civil frente a terceros, un plan de revisiones periódicas para los equipos de protección contra incendios y un plan de emergencia. Todo ello con una ficha técnica donde se especifiquen sus características.

2. Licencia de actividades e instalaciones:

Es necesario presentar una hoja en la que se especifiquen las características de las actividades e instalaciones, una relación de los propietarios y vecinos afectados y una memoria con la descripción de la actividad, del local, de las condiciones de instalación e higiene, etc. Además deberá adjuntar los planos de situación parcelaria del local y de la distribución del mismo (indicando los accesos, escaleras, alumbrados especiales, salidas previstas para la evacuación de humos, etc.) y el presupuesto de las instalaciones y maquinaria necesaria.

Para poder poner en marcha el negocio, se deberá solicitar la Licencia de apertura a la autoridad competente, concretamente en el Área de Medio Ambiente / Servicio de Protección Ambiental, ya que se trata de un establecimiento relacionado en la Ley de Protección Ambiental de Andalucía.

3. Alguna normativa que debe observarse:

- Ordenanza Municipal de Actividades (Boletín Oficial de la Provincia).
- Ley 7/1994 de Protección Ambiental (BOJA nº 79/31-05-94).
- Decreto 326/2003, de 25 de noviembre, por el que se aprueba el reglamento de protección contra la contaminación acústica (BOJA nº 243/18-12-03).
- Reglamentación técnico-sanitaria, por la seguridad e higiene en la manipulación de alimentos (Ley General de la Salud, Reglamento sobre vigilancia y control de alimentos y bebidas, Tít. VI, Cap. II).
- Normativa sobre envases y residuos generados (Ley 11/97 del 24 de abril, según Directiva 94/62/CE).
- Decreto 262/1988, de 2 de Agosto, Libro de sugerencias y reclamaciones de la Junta de Andalucía (BOJA de 17 de Septiembre).
- Real Decreto del Ministerio de Economía y Hacienda, sobre Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley antitabaco, que comprende:
 - Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.
 - Resolución de 28 de diciembre de 2005 por la que se dictan instrucciones en relación con la aplicación, en los centros de trabajo de la Administración General del Estado y de los Organismos Públicos dependientes o vinculados, de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre
 - Real Decreto-Ley 2/2006, de 10 de febrero, por el que se modifican los tipos impositivos del Impuesto sobre las Labores del Tabaco, se establece un margen transitorio complementario para los expendedores de tabaco y timbre y se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas

sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

1.2. Perfil del emprendedor

El perfil idóneo para la persona que gestione un karaoke es el de una persona que conozca el sector y sepa desenvolverse en él. Es recomendable que sea una persona dinámica y con carácter extrovertido para establecer una buena relación con la clientela.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

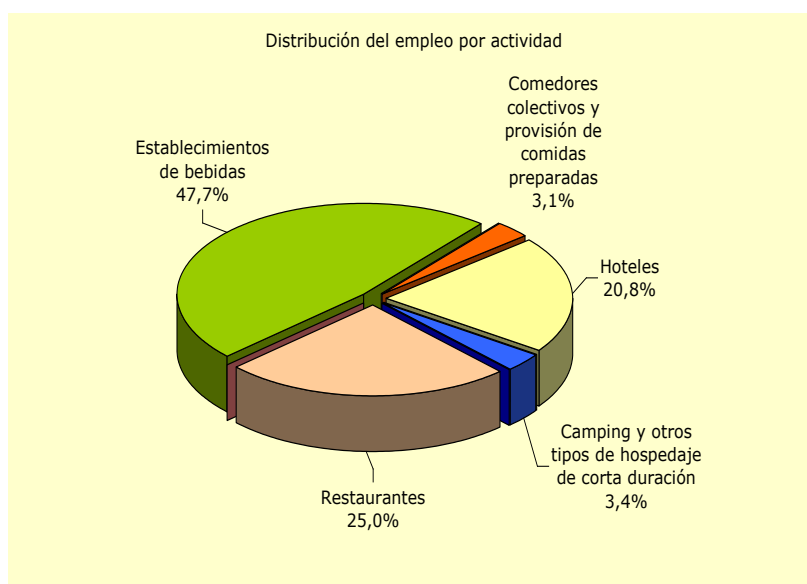
2.1. El sector

El Sector de la Hostelería y Restauración en España está formado por alrededor de 66.000 restaurantes, 14.000 cafeterías y 240.000 bares, según datos de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) correspondientes a 2004. Además en este periodo se registró un incremento del 3% frente al año anterior.

La expansión de la Restauración en los últimos años se encuentra fuertemente ligada a las áreas turísticas del litoral, que acogen más del 50% de la oferta, si bien, últimamente se está produciendo un auge de la restauración urbana.

Según datos extraídos del Instituto de Estadística de Andalucía (IEA), el sector de los establecimientos de bebidas es el que presenta un mayor porcentaje de ventas netas (un 99,25% frente a un 98,83% de los restaurantes y un 98,18% de los comedores).

Además, dicho sector de los establecimientos de bebidas es el que emplea, dentro del sector de la hostelería y la restauración, a un mayor número de personas en Andalucía, según datos del IEA. Esto puede observarse en el gráfico que se muestra a continuación:



Los precios y los costes de producción también han seguido una evolución ascendente, según la «Encuesta de Coyuntura». Entre los factores que más han contribuido a elevar los gastos de las empresas del sector están las subidas salariales y el aumento de los precios de las materias primas.

Respecto al sector de los bares de copas en general, hay que señalar que se encuentra en un momento difícil por el aumento de las restricciones legales y horarias que rodean a los establecimientos de copas. Además, aún en Andalucía no es tan habitual frecuentar los karaokes como los bares de copas o las discotecas. Lo importante es saber aplicar las fórmulas necesarias para abrirse un hueco en el mercado.

2.2. La competencia

En el análisis de la competencia de un karaoke encontramos:

- **Otros bares-karaoke similares** al que se estudia en este plan, que estén situados en la zona de influencia del local. Es el único competidor directo del karaoke, pues ningún otro bar ofrece este servicio.
- **Bares de copas:** no ofrecen la diversión de un karaoke, pero es un sustitutivo de éste, sobre todo para aquellas personas a las que no les gusta cantar o son algo introvertidas.
- **Discotecas:** Al igual que los bares de copas normales, son un producto sustitutivo del karaoke.
- **Cafeterías:** Estos centros están ampliando su oferta y sus horarios de apertura. Cada vez es más común que la gente decida reunirse en las cafeterías para tomar una copa y charlar con los amigos.
- **Bar de tapas:** En estos bares se sirven todo tipo de productos y suele crearse un ambiente agradable.

En el análisis de la competencia hay que considerar que en este sector hay veces que la competencia puede considerarse como una aliada, pues la confluencia de varios negocios de este tipo genera un mayor atractivo para los clientes. Por eso puede ser

conveniente situarse en zonas de bares de modo que se garantice una afluencia de público a la zona donde se ubica el local.

2.3. Clientes

Los clientes de los bares-karaoke suelen ser personas mayores de 18 años, con un nivel económico medio – alto, que buscan un ambiente tranquilo y agradable en donde tomar unas copas a la vez que divertirse y practicar la afición de cantar con las canciones de sus ídolos musicales.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El ocio nocturno todavía ofrece oportunidades de negocio en nuestro país. Para aprovecharlas, se deben buscar las estrategias que pueden guiar al éxito.

1. **Diversificar la oferta:** Debido a las restricciones legales, las posibilidades de diversificación de un bar-karaoke no son muchas, aunque sí hay acciones que se pueden llevar a cabo. Por ejemplo, se pueden aprovechar las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías e instalar pantallas de última generación como son las de plasma, en donde los clientes puedan seguir la letra de las canciones. Además, se pueden aprovechar para proyectar videos musicales, eventos deportivos, etc. Esto será un aspecto esencial para el karaoke.

También existe la posibilidad de incorporar equipos de sonido y de iluminación que aporten espectacularidad. Además se pueden ofrecer actuaciones en directo, etc.

Puede plantearse la posibilidad de instalar una máquina de café que permitiría ampliar la oferta horaria. Lo ideal es crear un ambiente adaptable, es decir, que por la tarde el establecimiento sea un local con ambiente cálido, relajado, que permita establecer reuniones de amigos o de negocios, donde los clientes se tomen un café o una copa, y por la noche, se transforme en un bar con un ambiente divertido y original como es el que caracteriza a los karaokes, que igualmente permita la reunión de grupos de amigos pero que además ofrezca música de baile, actuaciones, etc.

2. **Se puede optar por un local en traspaso:** Los trámites y el capital serán menores ya que el coste de cambio de titularidad de la licencia es menor que adquirir una nueva y el local puede estar acondicionado. Sin embargo hay que tener cuidado, analizar las ofertas y preguntarse por qué no ha funcionado antes.
3. **Buscar la fidelidad de los clientes,** realizando fiestas promocionales con regalos, repartir vales-descuento, incentivar la fórmula de la hora feliz (con ello se incentiva el consumo en algunas horas determinadas), etc.

Otra fórmula es crear un club de socios y premiar su fidelidad con promociones.

4. **Venta de productos de Merchandising:** Se puede fabricar productos de merchandising (camisetas, mecheros, pegatinas, etc.) con el logotipo del karaoke. Estos se pueden vender ampliando las fuentes de ingresos o bien se pueden regalar a los socios más fieles.
5. **"Mantenerse de moda":** El triunfo de los bares de copas en general lo marcan los clientes: una temporada puede estar al máximo de su capacidad, y de pronto puede quedarse vacío. Por ello es fundamental, sobre todo para el caso específico de un karaoke, integrarse en la clientela, conocerla y en la medida de lo posible ir ofreciéndoles lo que buscan.
6. **Terraza de verano:** En los meses estivales la gente suele optar por terrazas de verano, pues no se les apetece pasar la noche en un local cerrado. Por ello, sería una buena opción habilitar un espacio para terraza con una barra en ella que estuviera abierta los meses de verano. Esto dependerá del local que alquilemos y de su ubicación.
7. **Organización de fiestas:** Para llamar la atención de la gente, es recomendable la realización de fiestas a lo largo de todo el año. Aquí se pueden distinguir dos vertientes diferentes:
 - a. *Fiestas abiertas a todo el público, en general:* fiestas temáticas, espectáculos, regalos, etc.
 - b. *Fiestas de tipo privado para celebraciones, como fiestas de fin de carrera, despedidas, etc.*

Además, las fiestas son buenas también para reactivar aquellos días de la semana en los que hay menos afluencia de público.
8. **Ubicación del local:** Es muy importante ubicar el karaoke en un lugar donde la gente se concentre para salir y donde haya más bares para que se convierta en una zona de salida habitual.
9. **Concursos:** Una idea muy buena es celebrar concursos relacionados con el karaoke como: el que mejor ha cantado, el que peor, quién ha cantado la canción más bonita, etc. Los regalos podrían consistir en compact disk musicales.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

La actividad principal del negocio es ofrecer un servicio de karaoke, pero es fundamental crear un ambiente agradable, donde los clientes pasen un rato divertido tomando una copa.

Las diferentes opciones que se han planteado en las líneas estratégicas crean un abanico amplio de posibilidades:

- Instalar una pantalla de última generación para proyectar videos musicales y en la que vayan apareciendo las letras de las canciones.
- Ofrecer actuaciones en directo.
- Organizar fiestas promocionales y concursos.

4.2. Precios

Los precios estarán influenciados por la competencia. Por regla general, no se suele crear una competencia en precios, estableciéndose una equidad en todos los bares y karaokes de la zona.

Normalmente, los karaokes suelen prestar el servicio por cada copa que tomes, es decir, por una copa una canción. Sin embargo, en otros establecimientos se cobra el servicio de karaoke aparte de lo que se tome el cliente. El precio depende mucho del local, el repertorio de canciones, las condiciones de sonido, etc.

Los precios de una copa actualmente en el sector rondan los 6 euros. Si en ocasiones se ofrecen actuaciones en directo, en función a las negociaciones que se lleguen con los artistas, se establecerá un precio de entrada en el local; con ella normalmente se ofrecerá una consumición gratis y una canción.

4.3. Comunicación

La apertura del local comenzará con una fiesta de inauguración en la que habrá regalos, ofertas, actuaciones en directo, etc. Para dar a conocer este evento se establecerá una campaña de publicidad. La información puede transmitirse mediante anuncios en periódicos locales, emisoras de radio, mediante el reparto de octavillas, etc.

Una vez abierto el local la figura del Relaciones Públicas es importante a la hora de la comunicación, tanto en la búsqueda de clientes, proveedores, etc. Éste se encargará de organizar la publicidad de los eventos, actuaciones y fiestas.

Hay que tener en cuenta que éste es un sector donde el boca a boca es de una especial relevancia. Un cliente satisfecho volverá con sus amistades.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Los trabajadores juegan un papel muy importante en la buena marcha del negocio.

En los últimos años ha habido una especialización de los trabajadores en el sector de los establecimientos de bebidas. Antes, una misma persona servía las copas, ponía la música y vigilaba, pero ahora todo está más profesionalizado. De este modo, los distintos tipos de trabajadores que se suelen encontrar en un bar de este tipo y sus perfiles son los siguientes:

- El camarero debe tener conocimientos en la composición de los combinados, para lo cual es necesario que posea experiencia en el sector. Además, es recomendable que sea una persona con carácter extrovertido, capaz de conectar con los clientes. No es un factor discriminante, pero sí recomendable, que el camarero/a tenga un físico atractivo.
- El Disc-Jockey debe tener experiencia en el manejo de los elementos musicales y en el equipo que lleva asociado un karaoke.
- El encargado debe conocer el sector, manejarse en el trato con los proveedores y comunicar la cultura del negocio a los empleados.
- El Relaciones Públicas contratará a los artistas que vayan a actuar en directo, procurará mantener la fidelidad de los clientes, gestionará la organización de fiestas y de concursos, etc.

Para empezar, bastará con un camarero, un pinchadiscos (que será la persona encargada del karaoke) y el encargado, que puede ser el propio emprendedor. En este negocio la figura del encargado es fundamental, sobre todo si el emprendedor no conoce el sector lo suficiente o si lo ve como una inversión y piensa mantenerse al margen. De momento, puede prescindirse del Relaciones Públicas y las funciones de éste podría llevarlas, en el/los primero/s año/s de vida del negocio, el mismo gerente.

En cualquier caso, el número de trabajadores dependerá del número de barras del local y su tamaño.

En este proyecto se va a definir un negocio pequeño, con una barra y un local mínimo para un karaoke.

HORARIOS

Los horarios se establecerán en función de la época del año y de la demanda que se desee atender. En invierno los usuarios suelen salir más temprano. Por el contrario, en verano los usuarios están acostumbrados a salir cada vez más tarde y a concentrar sus visitas a los establecimientos de bebidas en los fines de semana. Sin embargo, los karaokes son uno de los únicos tipos de bares en los cuales se distribuye más uniformemente la clientela a lo largo de toda la semana.

El horario de cierre es uno de los factores de la legislación que más se incumple, pero evidentemente deben respetarse para evitar problemas. Por tanto, los horarios deben adaptarse a la clientela pero ajustándose a las restricciones legales.

Otra cuestión a tener en cuenta es la necesidad de establecer turnos que posibiliten al personal pertinente la recepción de los proveedores y la reposición de la mercancía ya que el reparto no suele, ni debe, coincidir con el horario de apertura al público.

5.2. Formación y perfil de los trabajadores

En este negocio lo más importante es la experiencia previa en el sector.

Para el correcto funcionamiento de un negocio como el que se propone se requieren conocimientos de dos tipos:

- **Gestión de un negocio de cafetería:**
 - Organización y gestión del establecimiento.
 - Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
 - Informática de gestión.
- **Formación teórica y práctica relativa a tareas productivas:**
 - Preparación de las copas.
 - Funcionamiento y mantenimiento del equipamiento (equipo de sonido, karaoke, aparatos de aire, etc.).
 - Atención al cliente.

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.

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

En este sector hay dos formas de actuar ante la competencia: una de ellas es considerarla como una aliada, situándose en zonas de bares ya constituidas, en calles céntricas, que garantice una gran afluencia de público, y la otra es elegir para situarse una zona más alejada de la competencia. En cualquier caso hay que evitar problemas con los vecinos, los empresarios colindantes, etc.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este proyecto se considera adecuado un local de unos 90 m². Como este local es de menos de 100m², la opción de permitir o no fumar en el establecimiento dependerá de las preferencias del emprendedor y de lo que considere más oportuno.

Los locales destinados a bares-karaoke deben cumplir una serie de características que están establecidas en las distintas regulaciones autonómicas. Las principales acciones que se deben llevar a cabo son:

- **Insonorización:** Será necesario instalar falsos techos, paredes y suelos rellenos de materiales especiales que absorban y minimicen los ruidos, y sonómetros o limitadores del nivel de ruido. Se puede exigir la instalación de una doble puerta de entrada y ventanas con aislantes y puente térmico.
- **Medidas contra incendios:** En función de las dimensiones del local y de su aforo, puede ser necesario que disponga de una salida de emergencia. Normalmente ningún recorrido de evacuación rebasará los 25 metros. También puede exigir que el local disponga de otras instalaciones como extintores, boca de incendio,

sistema de detección y alarma, rociadores automáticos de agua, alumbrado de emergencia, etc.

- **Acceso de minusválidos:** Se cuidará que el local no presente barreras arquitectónicas que dificulten el acceso a minusválidos.
- **Espacios reservados:** Almacén, zona reservada para los empleados, camerino o vestuario (sólo en caso de actuaciones en el local).
- **Escenario o zona de canto:** éste ocupará una parte importante del local puesto que es lo más importante de un bar-karaoke.
- **Aseos:** que tendrán una superficie mínima de 5m².

También habrá que colocar en el interior del establecimiento y en un lugar bien visible para el público una placa que indique el aforo máximo autorizado.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Éstos van a variar mucho si se establece el negocio partiendo de un local en bruto o si se adquiere en traspaso un establecimiento ya acondicionado. Por ejemplo, la insonorización supone un coste elevado pero es una inversión necesaria que nos asegura nuestra supervivencia en el sector respetando la legislación.

Estos costes pueden rondar los 42.000,00 € (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 básico estará compuesto por:

- Equipamiento de barra y frente mostrador.
- Mesas y sillas.
- Elementos de decoración.
- Escenario (es opcional, si no, basta con destinar un espacio amplio dentro del local).

Respecto a la decoración, hay que señalar que en este tipo de negocios es un aspecto muy importante a tener en cuenta. Es necesario crear un espacio cálido y acogedor con rincones agradables, para que el cliente se sienta a gusto.

Hay que tener en consideración que parte del mobiliario puede ser cedido por los proveedores, con la compra de artículos (botelleros, juego de mesas y sillas, pizarras, relojes, servilleteros, ceniceros, vasos, dispensadores y tiradores de bebidas, etc).

El coste por estos elementos se ha estimado en 7.540,00 € (IVA incluido) para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño o de materiales especiales.

6.3. Equipamiento

El coste del equipamiento básico necesario para este negocio estará compuesto por:

- Equipos de aire acondicionado.
- Equipo de karaoke y sonido. Es recomendable adquirir el paquete con un amplio repertorio de canciones.
- Equipamiento para la conservación de los productos (frigorífico y/ congelador, etc.).

El coste de este equipamiento se ha estimado en 24.360,00 € (IVA incluido) aunque esta cantidad puede variar en gran medida en función de las características del equipamiento.

6.4. Utensilios

Incluye la compra de utensilios como: cristalería (vasos y copas para servir las bebidas), ceniceros, servilleteros, porta CD's, micrófonos, etc.

El coste estimado de estos elementos es de 3.480,00 € (IVA incluido). Aquí hay que tener en consideración que parte de estos elementos puede ser cedido por los proveedores con la compra de artículos (botelleros, servilleteros, ceniceros, relojes, vasos, etc.).

6.5. Equipo informático

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas, con un software específico para cafeterías.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

6.6. Primera compra de productos

La primera compra de existencias según empresas especializadas en el sector, tendrá que ser como mínimo la siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE EXISTENCIAS	7.000,00 €	1.120,00 €	8.120,00 €
OTROS MATERIALES (Servilletas, cartas, productos de limpieza, etc.)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	7.600,00 €	1.216,00 €	8.816,00 €

Conviene tener en cuenta que el alcohol no es perecedero por lo que se puede acumular sin problemas un elevado stock.

El surtido dependerá de la demanda de los clientes. Debe ser, por tanto, algo vivo. Para mantener un stock constante suele destinarse en torno a un 30% de la facturación a reposiciones semanales o mensuales.

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 2.146,00 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. 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 1.980,00 € (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	1.148,40 €
Suministros	232,00 €
Sueldos	3.300,00 €
S.S.	594,00 €
Asesoría	104,40 €
Publicidad	174,00 €
Otros gastos	278,40 €
Total Pagos en un mes	5.831,20 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	17.493,60 €

6.9. 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	36.206,90 €	5.793,10 €	42.000,00 €
Mobiliario y decoración	6.500,00 €	1.040,00 €	7.540,00 €
Equipamiento	21.000,00 €	3.360,00 €	24.360,00 €
Utensilios	3.000,00 €	480,00 €	3.480,00 €
Stock inicial	7.600,00 €	1.216,00 €	8.816,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.850,00 €	296,00 €	2.146,00 €
Fianzas	1.980,00 €	0,00 €	1.980,00 €
Fondo de maniobra	17.493,60 €	0,00 €	17.493,60 €
TOTAL	97.280,50 €	12.449,10 €	109.729,60 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

Hay que señalar que existe una gran variedad de formas de montar un bar karaoke influyendo esta cuestión considerablemente en los ingresos, la estructura de costes y, como consecuencia, en los resultados de la empresa.

7.1. Ingresos

El margen bruto medio oscila entre el 65% y el 70% de los ingresos, en función del precio de venta, del coste de las materias primas y de la gestión realizada. Además hay que considerar la rebaja del margen ocasionada por posibles mermas en las existencias.

Para realizar este estudio se ha considerado un margen medio del 65% sobre las ventas, equivalente a un margen del 186% sobre las compras.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin IVA) es la siguiente:

- **Consumo de mercancías:**

En esta partida se incluye la compra de las materias primas necesarias para el negocio. El consumo mensual de materia prima se estima en un 35% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 186% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 90 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y de las condiciones del local. Para el estudio se ha estimado un precio de 990,00 €.

▪ **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 200,00 € mensuales.

▪ **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales, de publicidad y relaciones públicas de unos 150,00 € mensuales.

▪ **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.

▪ **Gastos de personal:**

El gasto de personal estará compuesto por:

- Un sueldo para el gerente. Sería conveniente que el gerente fuera el propio emprendedor que además de encargarse de tareas administrativas y comerciales, atendiera el negocio.
- Sueldo de un camarero.
- Sueldo de la persona encargada del karaoke.

Este coste de personal, incluye prorrateadas las pagas extraordinarias en doce meses, se distribuirá mensualmente del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
Pinchadiscos karaoke	900,00 €	297,00 € (**)	1.197,00 €
Camarero	900,00 €	297,00 € (**)	1.197,00 €
TOTAL	3.300,00 €	594,00 €	3.894,00 €

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

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por el camarero y el pinchadiscos en Régimen General contratados a tiempo completo.

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (posibles reparaciones, seguros, etc.). La cuantía estimada anual será de 2.880,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 240,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	36.206,90 €	10 %	3.620,69 €
Mobiliario y decoración	6.500,00 €	20 %	1.300,00 €
Equipamiento	21.000,00 €	20 %	4.200,00 €
Utensilios	3.000,00 €	20 %	600,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			10.133,19 €

(*) 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	1.850,00 €	33,3 %	616,67 €
TOTAL ANUAL			616,67 €

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 el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 35% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUNTÍA
Alquiler	11.880,00 €
Suministros	2.400,00 €
Sueldos	39.600,00 €
S.S. trabajadores	7.128,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad y Relaciones Públicas	1.800,00 €
Otro gastos	2.880,00 €
Amortización del inmovilizado material	10.133,19 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	616,67 €
Total gastos fijos estimados	77.517,86 €
Margen bruto medio sobre ventas	65%
Umbral de rentabilidad	119.258,24 €

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

Esto supondría una facturación anual de 119.258,24 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 9.938,19 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.

Es práctica habitual en este sector que la maquinaria industrial necesaria, una de las partidas más importantes de la inversión (el equipamiento), se financie a través de la fórmula de arrendamiento financiero (leasing) o, incluso comentan algunos proveedores del sector, por renting.

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	36.206,90 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	21.000,00 €	Fondos Ajenos	FA
Utensilios	3.000,00 €		
Mobiliario y decoración	6.500,00 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	1.850,00 €		
Fianzas	1.980,00 €		
Existencias y materiales	7.600,00 €		
Tesorería (*)	17.493,60 €		
IVA soportado	12.449,10 €		
Total activo	109.729,60 €	Total pasivo	109.729,60 €

(*) Se consideran 17.493,60 € 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	110.000,00	130.000,00	150.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 35%)	38.500,00	45.500,00	52.500,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	71.500,00	84.500,00	97.500,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	110.000,00	130.000,00	150.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	38.500,00	45.500,00	52.500,00
MARGEN BRUTO	71.500,00	84.500,00	97.500,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	11.880,00	11.880,00	11.880,00
Suministros, servicios y otros gastos	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Otros gastos	2.880,00	2.880,00	2.880,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Sueldos	46.728,00	46.728,00	46.728,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	10.133,19	10.133,19	10.133,19
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	616,67	616,67	616,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	77.517,86	77.517,86	77.517,86
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 6.017,86	6.982,14	19.982,14

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de dos trabajadores a tiempo completo, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(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.