

300 planes de negocio

**Plan de negocio
TIENDA DE VIDEOJUEGOS**

Sector de Comercio

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

La actividad que desarrolla este negocio es básicamente la comercialización de productos relacionados con los videojuegos (consolas, juegos, complementos, etc.).

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

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

1.2. Perfil del emprendedor

La persona que desee poner en marcha un negocio de estas características no tiene, en principio, que poseer una formación específica, aunque es adecuado que posea alguna experiencia en el sector.

Es imprescindible que este preparada para dar a los clientes una atención adecuada, que sea capaz de asesorarlos cuando estos lo requieran.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El sector del ocio es, hoy día uno de los sectores que experimenta el mayor crecimiento, tanto por el número de empresas como el de puestos de trabajo que crea.

Dentro de este sector, el sub-sector sector del videojuego es uno de los que más auge ha tomado en estos últimos años llegando a superar en algunos casos presupuestos como los de la industria cinematográfica.

Hace 20 años eran escasas las videoconsolas que podrían encontrarse en hogares particulares, viéndose los videojuegos sólo en los salones recreativos. Poco a poco esta tendencia ha ido variando, produciéndose un fuerte crecimiento dentro del sub-sector con la inclusión en el mercado de los fabricantes Nintendo y Sega, uniéndose más tarde Sony.

Los usuarios que hace 20 años disfrutaban con este mundo siguen disfrutando en la actualidad con 30 años. Teniendo en cuenta este dato y que los niños actualmente comienzan a utilizar las videoconsolas a edades más tempranas podemos augurar que en el futuro que la franja de edades que serán consumidores de estos productos oscilara entre los 3 y los 50 años.

El sub-sector de los videojuegos es, en casi todos los países desarrollados, uno de los de mayor crecimiento, y de los que presentan mejores perspectivas de futuro. Su evolución es constante y para de aportar innovaciones y mejoras técnicas lo que asegura una renovación continua de sus productos y accesorios.

A pesar de lo anterior, hay que señalar que existe una serie de problemas que enturbian la expansión de empresas y que ha hecho que la venta legal de videojuegos haya disminuido en España en los últimos años. Algunos de éstos son los siguientes:

- Las grabaciones "piratas" y ventas de "top manta". Pese a las continuas denuncias, ésta se ha incrementado en los últimos años.
- La fuerte competencia de las grandes superficies.

Frente a estos problemas planteados, hay que argumentar lo siguiente:

- Hay público, todavía, que no compra grabaciones "piratas", porque prefiere productos legales. Son mercados claramente diferenciados.
- Frente a la presión de las grandes superficies, caben determinadas estrategias, de las que hacemos una breve aclaración en el siguiente apartado.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia habrá que estudiar las tiendas que ofrecen los mismos productos que la que se describe en este proyecto que existen en la zona de influencia donde se encuentra ubicado el negocio.

No obstante se considera competencia en un sentido más amplio todos los comercios que venden videojuegos:

- Franquicias y grandes cadenas de venta de videojuegos.
- Grandes superficies como El Corte Inglés, Carrefour, o Alcampo, que tienen departamentos dedicados a este fin.
- Venta por Internet.

2.3. Clientes

No existe un perfil único de cliente de videojuegos y otros artículos relacionados con los mismos, sino que abarca a un público general de todos los gustos y edades, aunque la clientela más común es la adolescente.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Algunas de las líneas fundamentales para el negocio son:

- Precios competitivos.
- Adaptación de la oferta a las demandas de los clientes.
- Asesoramiento a lo clientes a la hora de adquirir el producto o bien una vez adquirido el videojuego asesorarle sobre el desarrollo del juego, ofrecerles guías de los juegos, trucos, etc.
- Amplitud de horarios, para que el tráfico de clientes sea más elevado.
- Diversificación:
 - Alquiler de videojuegos, consolas y accesorios para las consolas.
 - Compraventa de videojuegos, consolas y accesorios para las consolas.
 - Ciber.
 - Venta de productos varios (ordenadores, plasma, dvd, etc.).
 - Venta de juegos relacionados con el mundo del rol.
 - Organización en la tienda de torneos de los juegos más recientes.
 - Venta de refrescos, snack, etc.
 - Etc.

Además, para combatir la situación de incertidumbre del sector, existen una serie de estrategias que pueden aplicar las tiendas de videojuegos:

- a) Especialización de la tienda, atendiendo a los gustos y preferencias de la población. Sería una alternativa valida que parte de lo que se venda en la tienda esté dedicado a una especialidad, como por ejemplo juegos de rol.
- b) Entrar en algunas de las franquicias (THG, centromail, etc.) del sector que pueden ofrecer apoyo y experiencia a la hora de iniciar el negocio. A cambio, supone una mayor inversión inicial.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Existen varios productos y servicios que pueden ofrecerse en una tienda de videojuegos. Éstos se pueden agrupar en las siguientes líneas:

- Videojuegos (novedades, superventas, éxitos de siempre, ofertas, etc.).
- Videoconsolas.
- Complementos para las videoconsolas.
- Revistas especializadas en videojuegos y videoconsolas.
- Etc.

Otros servicios diferentes a la venta son:

- Alquiler de videojuegos, consolas y accesorios de para las videoconsolas.
- Compraventa de videojuegos, consolas y accesorios para las videoconsolas.

Además de lo anterior se puede estudiar la conveniencia de introducir otros productos en la oferta como:

- Software para ordenadores.
- Venta de productos para ordenadores.
- Venta de dvd, monitores, etc.
- Venta de juegos de rol y sus complementos.
- Venta de productos Wizard Of The COSAT, Games Workshop, etc.
- Etc.

4.2. Precios

La estrategia de precios debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos. La fijación de precios va a estar orientada, no sólo en función del tipo y calidad de los artículos que se venda, sino también habrá que considerar los precios de la competencia.

4.3. Comunicación

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación para el negocio son las que se exponen a continuación:

- El local debe reflejar una imagen moderna. Las vitrinas de exposición y venta deben ofrecer todo el surtido a disposición del cliente de manera cómoda.
- El personal debe transmitir profesionalidad, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Realizar promociones en temporadas.
- Publicidad: buzoneo por la zona donde se ubique el negocio, folleto en el local sobre ofertas mensuales, páginas Amarillas, etc.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el "boca a boca" sea la mejor publicidad para el negocio.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

En este proyecto se ha supuesto que la puesta en marcha del negocio lo realizará la persona emprendedora y sólo se considerará la oportunidad de incorporar personal si las ventas así lo aconsejan y con criterios de rentabilidad.

Por este motivo, el personal será únicamente el emprendedor/a que se dará de alta el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social. Las tareas que desarrollará son, entre otras, las siguientes:

- 1) Realizar pedidos y devoluciones.
- 2) Recepcionar mercancía.
- 3) Establecer políticas de precios y promociones con la idea de incrementar el margen bruto por periodo.
- 4) Marcar precios según política de márgenes.
- 5) Implantar con criterios de merchandising (de tienda y escaparate).
- 6) Adaptar el surtido a las demandas del cliente (mejorar la rotación).
- 7) Atender y asesorar a la clientela.
- 8) Cobro clientes y pago a proveedores.
- 9) Cierre de caja diario.
- 10) Ingresos diarios en banco.
- 11) Recibir a los representantes.
- 12) Etc.

Según la evolución de las ventas y el nivel de concentración de las mismas en determinadas épocas del año se decidirá la contratación temporal, por incremento de actividad, de otra persona.

Respecto a los horarios, el horario de apertura al público debe adaptarse a las demandas de los clientes siempre y cuando no supere las 72 horas semanales limitadas por la Ley del comercio interior de Andalucía. Así se abrirá de lunes a sábado adaptando el horario a las necesidades de la clientela.

5.2. Formación

La formación que se precisa son los genéricos de gestión de un comercio y un buen conocimiento del sector.

Los conocimientos básicos de gestión son:

- Organización y gestión de la tienda.
- Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
- Informática de gestión y manejo del software para el sector.

Parte de estas tareas pueden contratarse a una asesoría para que ésta lleve temas contables, fiscales, etc.

Respecto a las tareas de venta, es necesario contar con formación teórica y práctica relativa al sector y saber cómo tratar a los clientes.

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 se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

El local debe estar situado en una zona de gran afluencia de público: grandes superficies o calle comercial.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local que se observa en el mercado es muy variado. Para este proyecto consideramos adecuado un local de unos 50 m².

Es fundamental contar con unos buenos escaparates, además de grandes, muy atractivos. Después, en el interior del comercio, hay que lograr la máxima racionalidad del espacio. Para ello, es conveniente dividir el local en dos zonas diferenciadas:

- Zona exposición y venta al público: Esta zona irá desde la puerta a la zona de almacén. Debe tener una buena iluminación.
- Zona de almacén. En esta zona se mantiene un pequeño stock de aquellos productos de mayor rotación.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres, etc.

- **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 reformas, dependiendo el coste de estas del estado inicial del local. Dicho coste será necesario afrontarlo en el inicio de la actividad, añadiéndole además los costes por licencia de obra y proyecto.

Estos costes pueden rondar los 10.440,00 € (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

Debe conseguirse la máxima funcionalidad reparando su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. Es fundamental que todos los elementos del establecimiento permitan que los artículos queden expuestos de forma ordenada y de modo que toda persona que entre en el establecimiento pueda apreciar la variedad que se ofrece.

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación:

- Mostrador.
- Muebles expositores y estanterías.

El coste por estos elemento puede rondar los 5.220 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Adquisición del stock inicial

Al inicio de la actividad tendrá que llenar las vitrinas de videojuegos, complementos para videoconsola y videoconsolas. Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
ADQUISICIÓN DEL STOCK INICIAL	12.000,00	1.920,00	13.920,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00	96,00	696,00 €
TOTAL	12.600,00 €	2.016,00 €	14.616,00 €

Esta cantidad es una cantidad recomendada para poder hacer frente a un surtido y una profundidad que garantice unas ventas mínimas aceptables. Disponer de menos artículos, crearía una mala imagen comercial el no disponer de los videojuegos que los clientes demandan por falta de stocks.

6.4. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

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

6.5. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- los gastos de constitución y puesta en marcha
- las fianzas depositadas.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

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.

Los gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 1.798,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, de las tasas del Ayuntamiento, del perito que elabora el proyecto técnico, etc. Estos gastos serán mayores en el caso de que se decida constituir 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 1.100,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.7. 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	638,00
Suministros	139,20
Sueldo	1.250,00
Asesoría	104,40
Publicidad	104,40
Otros gastos	174,00
Total Pagos en un mes	2.410,00 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	7.230,00 €

6.8. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	9.000,00	1.440,00	10.440,00 €
Mobiliario y decoración	4.500,00	720,00	5.220,00 €
Stock inicial y materiales	12.600,00	2.016,00	14.616,00 €
Equipo informático	1.650,00	264,00	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00	248,00	1.798,00 €
Fianzas	1.100,00	0	1.100,00 €
Fondo de maniobra	7.230,00	0	7.230,00 €
TOTAL	37.630,00 €	4.688,00 €	42.318,00 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Los márgenes comerciales en este sector no son homogéneos, dado que va a estar en función de lo que la industria de los videojuegos deje y de la presión de la competencia (sobre todo, de las grandes superficies).

En el sector se maneja un margen medio entorno entre el 20% y el 30% sobre ventas. En algunos casos se puede conseguir más, pero en otros muchos será inferior por la situación antes descrita del sector.

Por este motivo, para realizar este estudio hemos considerado un margen medio del 25% sobre ventas. Este margen es equivalente a un margen del 33,3% sobre el precio de compra.

7.2. Estructura de costes

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

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 75% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 33,3% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 50 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 550,00 €.

- **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 bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 120,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 90,00 € 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:**

En los gastos de personal se ha considerado un sueldo para el autónomo de 1.200,00 € (cantidad que incluye cotización a la seguridad social en régimen de autónomo e incluye prorrateadas las pagas extraordinarias).

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo de la empresa	Coste mensual
Emprendedor (trabajador autónomo)	1.250,00 (*)	0,00 €	1.250,00 €
TOTAL	1.250,00 €	0,00 €	1.250,00 €

(*) Cotización a la seguridad social en régimen de autónomo incluida en el sueldo.

En las épocas en las que fuera necesario contar con personal de apoyo, se podría contratar a un empleado para refuerzo de las ventas.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (seguros, tributos, imprevistos, etc.). La cuantía estimada anual será de 1.800,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 150,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	9.000,00	10 %	900,00 €
Mobiliario y decoración	4.500,00	20 %	900,00 €
Equipo informático	1.650,00	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			2.212,50 €

(*) 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	1.550,00	33,3 %	516,67 €
TOTAL ANUAL			516,67 €

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 75% 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	CUANTÍA
Alquiler	6.600,00
Suministros	1.440,00
Sueldos	15.000,00
Asesoría	1.080,00
Publicidad	1.080,00
Otro gastos	1.800,00
Amortización del inmovilizado material	2.212,50
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67
Total gastos fijos estimados	29.729,17 €
Margen bruto medio sobre ventas	25%
Umbral de rentabilidad	118.916,67 €

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

Esto supondría una facturación anual de 118.916,67 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 9.909,72 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, renting, leasing, etc. Cual será la mejor de ellas 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	9.000,00	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	4.500,00	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	1.650,00		
Gastos de constitución	1.550,00		
Fianzas	1.100,00		
Mercancía y materiales	12.600,00		
Tesorería (*)	7.230,00		
IVA soportado	4.688,00		
Total activo	42.318,00 €	Total pasivo	42.318,00 €

(*) Se consideran 7.230,00 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se ha supuesto tres posibles niveles de venta:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	100.000,00	130.000,00	150.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 75%)	75.000,00	97.500,00	112.500,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	25.000,00	32.500,00	37.500,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	100.000,00	130.000,00	150.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	75.000,00	97.500,00	112.500,00
MARGEN BRUTO	25.000,00	32.500,00	37.500,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	15.000,00	15.000,00	15.000,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080,00	1.080,00	1.080,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	2.212,50	2.212,50	2.212,50
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	29.729,17	29.729,17	29.729,17
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 4.729,17	2.770,83	7.770,83

(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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.