

Videoclub: una opción rentable, de moda

y con un futuro asegurado gracias al DVD

Un negocio de película

Ubicación

Uno de los puntos determinantes de la buena marcha de este negocio es la zona en la que se encuentre. Aunque pueda parecer extraño, lo ideal es elegir un barrio modesto, de nivel adquisitivo medio-bajo. Ángel Sánchez explica que "son mejores porque permiten conseguir unos clientes fijos que

salen menos de vacaciones, a cenar o al cine, pero alquilan muchas más películas". Debe estar a pie de calle, en una zona con mucho tránsito peatonal y, si es posible, con facilidades para aparcar. Y es fundamental que esté lo más alejado posible de la competencia, sobre todo de las grandes cadenas de videoclub.

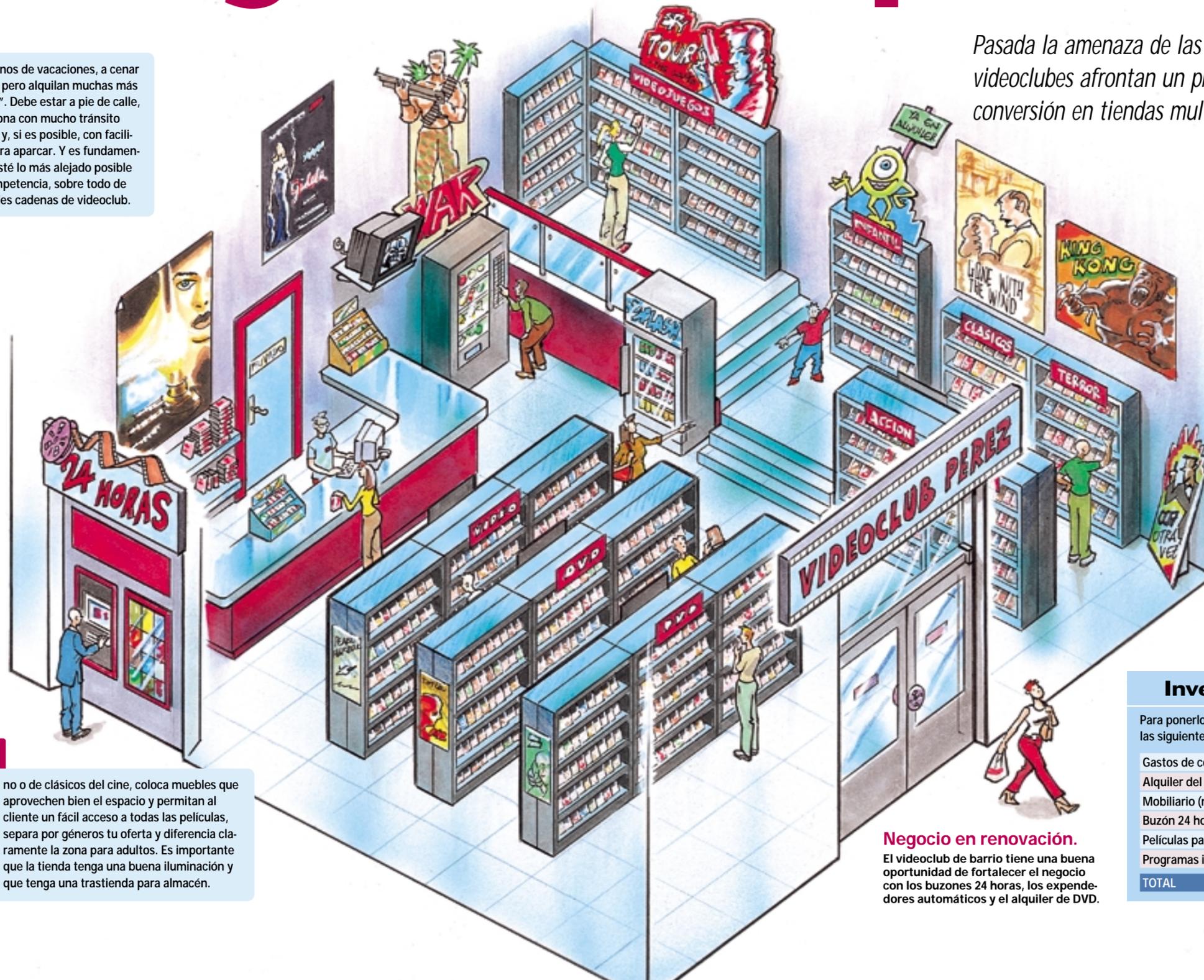
Publicidad

La base de este negocio es el alquiler de cintas ya que la venta deja un valor residual muy pequeño. Por esto, en un primer momento, una correcta selección de la oferta va a ser tu mejor arma para conquistar clientela. El buzono es también muy útil para conseguir clientes. Francisco Javier Lozano explica que "para que los videoclubs puedan aprovechar este medio, la Federación Española de Videoclubs Asociados (FEVICA) edita la revista bimensual Videocartera, que incluye novedades y otros temas de interés para el consumidor. Cada tienda puede personalizarla y utilizarla para atraer a sus clientes por el módico precio de 7 céntimos de euro cada ejemplar". También puede ser positivo insertar publicidad en medios de comunicación, pero únicamente si son muy locales. Y para mantener a los clientes puedes utilizar tarjetas de fidelización, promociones, ofertas o regalos para los clientes que te presenten a nuevos clientes, etc.

Características del local

Es recomendable una superficie mínima de 70 m², aunque cuanto más grande sea tu tienda, más espacio tendrás para exponer y tus clientes podrán elegir las películas cómodamente. La decoración debe ser sencilla, moderna y encaminada a crear un ambiente de cine. Utiliza carteles de películas de estre-

no o de clásicos del cine, coloca muebles que aprovechen bien el espacio y permitan al cliente un fácil acceso a todas las películas, separa por géneros tu oferta y diferencia claramente la zona para adultos. Es importante que la tienda tenga una buena iluminación y que tenga una trastienda para almacén.



Pasada la amenaza de las televisiones digitales, los videoclubs afrontan un prometedor futuro que pasa por su conversión en tiendas multiocio y la ampliación de horarios.

El negocio del video ha dejado atrás los malos momentos y hoy puede ser una buena elección siempre que el empresario sepa escoger sus inversiones, sea un buen profesional y esté dispuesto a trabajar duro", afirma Francisco Javier Lozano, gerente de la Federación Española de Videoclubs Asociados (FEVICA). No obstante, asegura que "es un sector difícil, hay mucha competencia y se requiere una inversión inicial elevada. Para triunfar no basta con que te guste el cine".

Ángel Sánchez, propietario del videoclub Boomvideo, coincide con Lozano: "En los últimos años se ha conseguido una buena evolución del sector pese a la aparición de las televisiones privadas y las plataformas digitales, que en un primer momento hicieron pensar en el fin del negocio". Lo cierto es que no sólo no han podido con el vídeo, sino que han contribuido en cierta medida a relanzarlo pues sus programaciones no han convencido a muchos consumidores. ➤

Inversión mínima necesaria

Para ponerlo en funcionamiento, necesitarás realizar, como mínimo, las siguientes inversiones:

Gastos de constitución	3.305,57 euros
Alquiler del local (primer mes más fianza)	1.202,02 euros
Mobiliario (mesas, estantes...)	9.015,18 euros
Buzón 24 horas	24.190,73 euros
Películas para iniciar el negocio	24.040,48 euros
Programas informáticos	601,01 euros
TOTAL	62.314,99 euros

Negocio en renovación.

El videoclub de barrio tiene una buena oportunidad de fortalecer el negocio con los buzones 24 horas, los expendedores automáticos y el alquiler de DVD.

Perfil del negocio

En nuestro supuesto el emprendedor inicia la actividad empresarial con una inversión inicial de 72.121,45 euros, de los que 60.101,21 procederán de un préstamo bancario. El negocio contará con dos trabajadores en plantilla además del empresario. Si todo va bien se podrá alcanzar el punto de equilibrio en el tercer año.

Ventas

En este tipo de negocio el volumen de ventas no es uniforme a lo largo del año. Diciembre es el mes que genera una mayor cantidad de ingresos, aunque noviembre, enero y febrero también son buenos meses. Los peores son abril, mayo y junio. Ángel Sánchez explica que "las mejores épocas del año en cuanto a ingresos son aquellas en las que hace frío y llueve, ya que el factor climático influye directamente en las ventas. Si hace mal tiempo, la clientela sale menos a la calle y se alquilan más películas". Sin embargo, en el aumento de los alquileres no sólo influye el clima. También interviene de forma muy directa la programación de televisión. Según Francisco Javier Lozano, "los hábitos de consumo de la población son muy relevantes para el sector. Así, entre semana se alquilan menos películas que los fines de semana. La razón es que la programación de los fines de semana resulta, en general, menos atractiva para el público que la que se emite los días de diario. Para comprobarlo basta recordar *Operación Triunfo*, *Gran Hermano*, etc."

Informática

En un videoclub es necesario tener un programa informático específico que te ayude a controlar mediante una base de datos las películas que incluye en tu oferta, los clientes, la rentabilidad de cada vídeo, los proveedores... Deberás destinar unos 600 euros en la compra del mismo. Ángel Sánchez explica que "la principal ventaja del programa informático de gestión de videoclubes es que se puede aprovechar para realizar un estudio de mercado propio y conocer las preferencias de tu clientela. Por ejemplo, si compras una película bélica y al cabo de un tiempo te ofrecen en un catálogo una similar, puedes decidirte a cogerla o no según cómo el público respondiera a la anterior".

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	9.616,19	10.818,22	10.217,21	8.414,17	7.813,16	8.113,66	8.113,66	9.015,18	10.217,21	10.818,22	11.419,23	12.020,24	116.596,35
Compras	7.212,15	8.113,66	7.662,90	6.310,63	5.859,87	6.085,25	6.085,25	6.761,39	7.662,90	8.113,66	8.564,42	9.015,18	87.447,26
Alquiler local	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	7.212,15
Gastos de personal	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	2.425,68	29.108,22
Otros gastos	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	1.803,04
Gastos financieros (intereses)	375,63	373,52	371,40	369,26	367,11	364,94	362,77	360,57	358,37	356,15	353,92	351,67	4.365,31
Dotación para la amortización (54.091,09/10 años)	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	187,82	2.253,79
RESULTADOS	-1.336,35	-1.033,73	-1.181,86	-1.630,48	-1.778,59	-1.701,29	-1.699,12	-1.471,55	-1.168,83	-1.016,36	-863,88	-711,38	-15.593,42
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería	0,00	30.464,10	29.338,39	28.062,43	26.155,41	24.278,44	22.476,59	3.590,99	2.014,52	738,56	-567,45	-1.542,90	
COBROS													
Ventas	9.616,19	10.818,22	10.217,21	8.414,17	7.813,16	8.113,66	8.113,66	9.015,18	10.217,21	10.818,22	11.419,23	12.020,24	116.596,35
Capital	12.020,24												12.020,24
Préstamo	60.101,21												60.101,21
TOTAL TESORERÍA	81.737,64	41.282,32	39.555,60	36.476,60	33.968,57	32.392,10	30.590,26	12.606,17	12.231,73	11.556,78	10.851,78	10.477,34	188.717,80
PAGOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Reforma y mobiliario	16.903,46					16.903,46							33.806,92
Compra 'stock' de producto	24.040,48												24.040,48
Compras	7.212,15	8.113,66	7.662,90	6.310,63	5.859,87	6.085,25	6.085,25	6.761,39	7.662,90	8.113,66	8.564,42	9.015,18	87.447,26
Gastos de personal	1.652,78	2.365,58	2.365,58	2.545,89	2.365,58	2.365,58	2.545,89	2.365,58	2.365,58	2.545,89	2.365,58	2.365,58	28.215,11
Gastos financieros (intereses)	375,63	373,52	371,40	369,26	367,11	364,94	362,77	360,57	358,37	356,15	353,92	351,67	4.365,31
Alquiler local	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	601,01	7.212,15
Otros gastos	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	150,25	1.803,04
Devolución préstamo	337,78	339,89	342,01	344,15	346,30	348,47	350,65	352,84	355,04	357,26	359,49	361,74	4.195,63
TOTAL PAGOS	51.273,55	11.943,92	11.493,17	10.321,19	9.690,13	9.915,51	26.999,27	10.591,65	11.493,17	12.124,23	12.394,68	12.845,44	191.085,90
SALDO TESORERÍA	30.464,10	29.338,39	28.062,43	26.155,41	24.278,44	22.476,59	3.590,99	2.014,52	738,56	-567,45	-1.542,90	-2.368,10	-2.368,10
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
ACTIVO													
Inmovilizado	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92	33.806,92
Amortización acumulada para inmovilizado material	-187,82	-375,63	-563,45	-751,26	-939,08	-1.126,90	-1.314,71	-1.502,53	-1.690,35	-1.878,16	-2.065,98	-2.253,79	-2.253,79
'Stock' de seguridad	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48	24.040,48
Caja y bancos	30.464,10	29.338,39	28.062,43	26.155,41	24.278,44	22.476,59	3.590,99	2.014,52	738,56	-567,45	-1.542,90	-2.368,10	
TOTAL ACTIVO	88.123,68	86.810,16	85.346,38	83.251,55	81.186,76	79.197,10	60.123,67	58.359,39	56.895,61	55.401,79	54.238,52	53.225,50	
PASIVO													
Capital	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24	12.020,24
Deudas con bancos	59.763,43	59.423,54	59.081,53	58.737,37	58.391,07	58.042,60	57.691,96	57.339,12	56.984,08	56.626,81	56.267,32	55.905,58	
Proveedores	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	16.903,46	
Resultado ejercicio	-1.336,35	-2.370,08	-3.551,95	-5.182,43	-6.961,01	-8.662,31	-10.361,43	-11.832,97	-13.001,81	-14.018,17	-14.882,04	-15.593,42	
Personal, SS y Hacienda	772,90	833,00	893,10	772,90	833,00	893,10	772,90	833,00	893,10	772,90	833,00	893,10	
TOTAL PASIVO	88.123,68	86.810,16	85.346,38	83.251,55	81.186,76	79.197,10	60.123,67	58.359,39	56.895,62	55.401,79	54.238,52	53.225,50	

Conceptos de contabilidad que debes conocer

Aunque confíes la contabilidad a una gestoría, será bueno que no pierdas de vista algunos conceptos contables que te ayudarán a conocer un poco más las *tripas* de tu negocio. Todos los años deberás realizar un balance, una cuenta de pérdidas y ganancias o cuenta de resultados y un *cash-flow* o tesorería. En nuestro supuesto

siempre hablamos de previsiones ya que todavía no se ha iniciado la actividad. Antes de abrir el negocio, te aconsejamos que realices un plan financiero como el que te presentamos, que te ayudará a tomar las decisiones adecuadas. Así, el saldo de tesorería -diferencia entre cobros y pagos- te indica el dinero líquido del que dispondrás a la hora de

enfrentar cualquier imprevisto. Pero no sólo es importante el presupuesto antes de empezar la actividad -y cada ejercicio-, también es aconsejable compararlo con las cifras reales de la empresa una vez transcurrido el año. Te ayudará a comprobar si has cumplido o no los objetivos propuestos y, en caso negativo, marcarte unos más realistas.

➤ Sánchez cree que otra de las claves de la supervivencia del videoclub han sido "los acuerdos de exclusividad o ventanas de protección que negocian las asociaciones de videoclubes con las televisiones digitales". Y Lozano asegura que es fundamental el asociacionismo en el sector: "Para tener fuerza a la hora de negociar con los proveedores las condiciones comerciales y con las televisiones de pago el período de exclusividad, es

imprescindible que los empresarios del sector se asocien. En este momento, para alquilar películas de estreno, los videoclubes tienen una exclusividad de seis meses con respecto a las plataformas digitales, de nueve meses con Canal Plus y de un año con las televisiones públicas".

Los nuevos videoclubes

Una primera posibilidad para el emprendedor es adherirse a una de las cadenas

de franquicias que ya funcionan en nuestro país (del estilo de The Big Orange). Otra opción es la de montar un videoclub independiente.

Buena parte del éxito depende de que no sólo sea un local donde se alquilan películas, sino que se convierta en una tienda multiocio. Los empresarios deben adaptarse a los nuevos hábitos de los usuarios si no quieren ver cómo su clientela es atraída por las grandes super-

Compras

El precio de mercado de una película de estreno para un videoclub es de 43,49 euros por copia. Si la cinta no es de estreno, sino que está en el mercado de venta y alquiler -y no sólo en el de alquiler, como ocurre con las de estreno-, podrás adquirirla por 17,73 euros. En todo caso, el precio de alquiler que darás a tus clientes dependerá

de la competencia que tengas en los alrededores de tu tienda. Debes evitar establecerte cerca de otro negocio como el tuyo, ya que corres el riesgo de iniciar una guerra de precios y que éstos caigan de los 2,4 o hasta 3 euros que cobrarías por película alquilada hasta unos 1,2 euros si tuvieras que bajar tus precios para atraer clientela.

Reinversión

"Entre el 40% y el 50% de los resultados netos anuales se debe reinvertir en la compra de películas", comenta Ángel Sánchez. Es decir, para que un videoclub funcione correctamente y llegue a dar frutos, se necesita rein-

vertir constantemente los beneficios en la adquisición de nuevos títulos. Las productoras te ofrecerán semanalmente su catálogo para que puedas ir actualizando tu oferta y adecuándola, en cada caso, a la clientela existente.

'Stock'

Una de las ventajas de este negocio es que no es necesario un *stock* de seguridad, por lo que no es imprescindible tener un almacén para guardar las películas que han pasado de moda. La forma de darles salida es vendiéndolas a tus propios clientes o a terceras empresas que se dediquen a la compra de género de segunda mano. Sin embargo, en todo momento debes

disponer de una cantidad de producto amplia y variada. Por eso, en la inversión inicial deberás incluir la partida necesaria para proveer tu negocio de unas 1.500 películas, que oscilará entre 24.040,48 y 30.050,61 euros. Dichas películas las podrás adquirir a través de productoras de cine como, por ejemplo, Paramount, Warner, Columbia, Fox, Manga Films...

Personal

Para poder iniciar la actividad tendrás que contar con un mínimo de dos o tres trabajadores. Así podrás dividir el trabajo en turnos rotativos y adaptar tu oferta a las necesidades de horario de tu clientela. A la hora de contabilizar esta partida, debes distinguir entre la cifra que recoge la cuenta de pérdidas y ganancias y la del presupuesto de tesorería. Así, el salario

neto y las retenciones de Hacienda y de la Seguridad Social se contabilizan como un gasto en la cuenta de resultados en el mes que le corresponde. Por otro lado, el *cash-flow* refleja los pagos, es decir, las cantidades abonadas en el momento en que se hacen efectivos (a mes vencido en el caso de la Seguridad Social y cada tres meses para el pago del IRPF).

En 2001 se ha incrementado un 30% el alquiler de películas en formato DVD-Rom

► ficias. Algunos métodos que los expertos recomiendan para triunfar son: **Tender hacia el dvdclub.** El DVD ya no es el futuro del sector sino su más rabioso presente. Hay que ofrecer variedad y calidad de títulos en este formato. En el último año se ha producido un incremento del 30% en el alquiler de DVD, y todas las previsiones apuntan a que este sistema acabará sustituyendo al VHS. Además, la venta de reproductores y de ordenadores con DVD se ha disparado ya que permite almacenar mucha más información (contenidos extras, versiones multilingües y con subtítulos, avance de novedades...) y con una mayor calidad. **Hay refrescos, palomitas...** Para que el cliente pueda disfrutar de una sesión de cine en toda regla, hay que ofrecerle todo lo que podría adquirir en una sala. Lozano recomienda "diversificar lo más posible el negocio para obtener ingresos extra y ofrecer servicios de valor añadido. Además de los productos típicos de alimentación, se puede tener un servicio de

alquiler de videojuegos, revelado de fotografías, venta de películas y cintas vírgenes, carátulas, carteles u otros productos relacionados con el cine..."

Al estilo de los grandes. Las grandes cadenas obligan a los más pequeños a adoptar algunos de sus servicios. Sánchez explica que "el negocio debe mantenerse abierto de diez de la mañana a diez de la noche, y si es posible, las veinticuatro horas. Es fundamental abrir los fines de semana". Por su parte, Lozano recomienda "facilitar la devolución de películas con un buzón 24 horas, permitir la reserva telefónica u *on line* e instalar máquinas de alquiler automático".

Las películas, tu medio de vida. La oferta de títulos es muy amplia por lo que se debe ser cauto a la hora de seleccionar las películas. Debes conocer los gustos de tu público para saber el número de copias que necesitas, géneros más demandados, etc. (no olvides que el coste medio de una película para alquiler es de 54 euros). Lo mejor es tener varias copias de los

éxitos de los últimos meses, pero también títulos de todos los géneros y películas de cierta antigüedad.

Internet es el futuro

Es recomendable tener una página *web* porque, afirma Francisco Javier Lozano, "Internet posibilita reservar películas, informar de novedades, de disponibilidad de títulos, etc.". Y ya están surgiendo videoclub cien por cien *on line*, como www.imaglia.com o www.diskodvd.com.

Pero Internet también puede convertirse en una amenaza. El formato DivX permite romper la protección del DVD y grabar su contenido en CD-Rom sin perder demasiada calidad. De momento, el problema no es grave ya que exige líneas de alta velocidad o cable, y aún no abundan en España. No obstante, los videoclubes deberán estar muy atentos. 

M. González y Celia García Vesga



Emprendedores 'on line'

En www.emprendedores.vizzavi.es puedes consultar los planes de negocio ya publicados: 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 y heladería.

Sesión continua 24 horas al día



Cecilio Rodrigo López, junto al expendedor automático de vídeos que ha instalado en su videoclub.

Adaptarse a la clientela es una necesidad en cualquier sector. Y esa ha sido la principal razón de la aparición en los videoclubes de máquinas automáticas expendedoras de películas las 24 horas del día.

Y si todavía es difícil encontrar negocios que dispongan de un cajero con un amplio repertorio de películas en DVD y VHS, no tenerlo es ya una desventaja.

Motivos de uso

Cecilio Rodrigo López, gerente del videoclub Distrito 18 en Puente de Vallecas (Madrid), comenta que "el horario es la principal razón por la que la clientela usa el cajero. Pero la posibilidad de pagar hasta un 50% menos por cada película -ya que se abonan en función del número de horas que se tenga- también incentiva a los

clientes a usar este servicio". Si de algo no hay duda es de que la introducción de los cajeros ha revolucionado el sector.

¿Más ventas?

Rodrigo López sostiene que "ha supuesto un incremento de las ventas en torno a un 30%". Otras opiniones no son tan optimistas. Por ejemplo, Ángel Sánchez, propietario del videoclub madrileño Boomvideo, afirma que sólo ha aumentado un 10%. El funcionamiento de los cajeros es muy sencillo, ya que se gestiona a través de un programa informático. Además, gracias a la información que proporciona dicho programa se pueden realizar estudios de mercado para conocer mejor las preferencias de la clientela. "La forma habitual de funcionamiento de estas máquinas es a través de la com-

pra por parte del cliente de una tarjeta prepago, aunque algunos también admiten el pago con tarjeta de crédito. Al alquilar la película te cobran unos 60 euros como fianza, además del valor del alquiler, y al devolver la cinta te lo reingresan en la cuenta", comenta Cecilio Rodrigo López.

Los precios

En cuanto a los precios, pueden encontrarse desde 24.040,48 euros, aunque dependen del tamaño (200, 560 u 800 películas VHS), el fabricante o la marca. Algunos proveedores son Mediabank, Cinebank o Gesvinet, que además de venderte el producto, ofrecen su mantenimiento. La mayoría de los modelos simultanean el alquiler de VHS y de DVD, con la ventaja de que el espacio que ocupan dos DVD es el mismo que un VHS.