

Monta una tienda de revelado fotográfico

desde una inversión de 72.000 euros

Entra en la era digital

Si pensabas que la llegada de la fotografía digital iba a suponer el fin de las tiendas tradicionales, estabas equivocado. La nueva tecnología ha abierto oportunidades en un negocio donde el secreto para triunfar es adaptarse.

La era de la fotografía digital es ya una realidad. Sin embargo, el sector del comercio fotográfico vive en la incertidumbre del cambio. Por un lado, la nueva tecnología no sólo no ha generado el aumento de negocio inmediato que se esperaba sino que, además, ha provocado el descenso del revelado analógico. Y, por otro, nadie duda que el sector debe cambiar por-

que lo digital es el futuro. Por eso, si estás pensando en incorporarte al negocio, lo mejor es que estés preparado para asumir los nuevos retos que se le plantean.

La cara y la cruz

Desaparece la necesidad de ir a una tienda para ver las fotos realizadas. Aumenta el número de disparos pero disminuye el de revelados, porque los clientes pue-



El viejo concepto de tienda de fotografía desaparecerá para dar paso a otro más adaptado a la era digital.

Trámites especiales a tener en cuenta

Para empezar en este negocio, tienes dos opciones: externalizar el revelado a un laboratorio industrial o disponer de tu propia máquina. En el primer caso, la actividad se considera inocua, por lo que los trámites son los mismos que en cualquier

otra empresa (solicitud de licencia de apertura, constitución de empresa o alta como autónomo, etc). Sin embargo, si vas a instalar un minilab u otro tipo de laboratorio fotográfico, la actividad se considerará como calificada, ya que, tanto en las máquinas ana-

lógicas como en las digitales, se usan productos químicos muy contaminantes. Antes de comenzar, deberás subcontratar a una empresa autorizada la gestión y transporte de esos residuos y solicitar la inscripción en el Registro de pequeños productores de

residuos peligrosos en la Consejería de Medioambiente de tu comunidad. Este trámite puede demorar la concesión de la licencia, pero en la mayoría de las comunidades autónomas puede empezarse a operar aunque la solicitud no se haya resuelto.

Consejos para competir con garantías

Una de las desventajas que los empresarios consultados señalan en este sector es la elevada competencia que existe. Además, se trata de una competencia muy agresiva cuya principal estrategia para atraer al público es bajar los precios hasta niveles difícilmente igualables. Sin embargo, existen estrategias que puedes poner en práctica para hacer que tu negocio

sobreviva a sus ataques y que sea rentable. Te las contamos: **Sé imprescindible** Atención personalizada a cada cliente, asesoramiento constante, formación para resolver cualquier duda que pueda plantearte. Esas son las actitudes que te permitirán fidelizar a tus clientes y que debes emplear para que ellos antepongan la calidad del servicio al precio. "Lo

más importante de una tienda es el mostrador, es decir, que las personas que atiendan sepan captar la necesidad del cliente y satisfacerla para que éste vea necesario acudir a la tienda", asegura Manuel Moreno. El consejo es, en el momento actual, aún más importante, ya que los clientes que acaban de incorporarse al mundo digital necesitan total asesoramiento.

Por ello es vital que estés a la última de las novedades tecnológicas y mantengas frescos tus conocimientos técnicos de fotografía. **Otros servicios** Además de los clásica venta de carretes, álbumes, hojas adhesivas, marcos, cámaras, etc., es conveniente que complementes tus servicios ofreciendo, por ejemplo, la realización de fotografías de carné al

instante, servicio de fotocopias, restauración de fotos antiguas, elaboración de montajes, etc. Y estaría bien que, si tus conocimientos fotográficos y la capacidad de tu local te lo permiten, combinas la oferta de la tienda con la de un estudio fotográfico. **Marketing directo** Manuel Moreno recomienda "invertir en publicidad cada año para

mantener el negocio". Y, según su experiencia, el buzono mediante folletos que llamen la atención e incluyan ofertas es el método más eficaz y económico. Además puedes utilizar cualquier otra técnica de marketing que se te ocurra para fidelizar a tus clientes: regalo de álbumes o ampliaciones con el revelado de carretes, sorteo de cámaras, tarjetas de puntos, etc.

Inversión mínima necesaria

Las cifras que te detallamos indican la inversión mínima para empezar. Además tendrás que contar con un colchón financiero para otros gastos.

Gastos de primer establecimiento (gastos de constitución de la SL + trámites administrativos)	3.305 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	7.000 euros
Reforma y mobiliario	7.212 euros
Maquinaria (minilab)	48.000 euros
Stock	6.000 euros
TOTAL	71.517 euros

Perfil del negocio

En nuestro supuesto de plan de negocio, el empresario alquilará un local de unos 45 m² en una zona transitada. Para iniciar la actividad empresarial contará con una inversión de 105.000 euros, 90.000 de los cuales los adquirirá mediante préstamo. Dejará un pequeño colchón financiero con el que hacer frente a los gastos de personal, publicidad... Nuestra empresa alcanzará el punto de equilibrio el tercer año de vida.

Ventas

Las ventas en este tipo de negocios no son constantes. El mes que tiene un mayor volumen de facturación es septiembre por la vuelta de vacaciones. También suponen un pico de ventas importante los meses de diciembre y enero por las navidades, y marzo y abril por la Semana Santa y las comuniones. La relación entre la cantidad de revelados y de productos que se venden varía en función de cómo se enfoque el negocio y de su

situación geográfica. Sin embargo, éste no es el único factor a tener en cuenta. Debido al cambio que está sufriendo el sector, el número de revelados analógicos es cada vez menor y, aunque se pretende sustituir por el digital, éste todavía no está muy asentado entre la clientela. Al respecto, Miguel Ángel López comenta que "en la actualidad la gente lleva a revelar como mucho el 20% de las fotos que hace con su cámara digital".

Punto de equilibrio

"Si entre el segundo y el tercer año de vida de la empresa de fotografía no se ha recuperado la inversión inicial, el empresario deberá plantearse muy seriamente el cierre", según comenta Manuel Moreno. Sin embargo, hay otras opiniones menos tajantes. Así, Miguel Ángel López opina que "hay que tener pacien-

cia porque la inversión se puede recuperar en torno al quinto año de vida. Hay que tener muy en cuenta que los gastos iniciales representan una cantidad muy alta y que, además, las reparaciones son muy caras, por lo que hay que contar con un colchón financiero para poder hacer frente a las mismas".

► den borrar las imágenes que no quieren, almacenarlas en su ordenador o en un CD, imprimirlas en su domicilio, etc. Cae la venta de accesorios clásicos como carretes de fotografías...

Estas son algunas de las amenazas que la llegada de la tecnología digital ha planteado al sector. ¿La consecuencia?

"Muchas tiendas con años en el mercado han cerrado porque no han querido realizar las inversiones necesarias para transformar sus máquinas analógicas", asegura **Ricardo Blanco**, gerente de Goya 42 (Tel. 91 576 70 77). Los comercios que han sobrevivido se han tenido que adaptar a los cambios y los que lleguen debe-

rán ir un poco más allá para aprovechar las nuevas oportunidades.

Información. Las nuevas tiendas deben conseguir de los clientes digitales la misma fidelidad que de los analógicos. En primer lugar, tienen que invertir en tecnología. "Si no disponen de recursos, una opción asequible es adquirir

en cifras

El primer ejercicio

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas	8.500	3.500	7.000	7.600	6.000	6.900	9.200	12.000	16.000	7.200	3.900	12.200	100.000
Compras	2.944	1.212	2.424	2.632	2.078	2.390	3.186	4.156	5.541	2.494	1.351	4.225	34.634
Alquiler oficina	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9.600
Gastos de Personal	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	2.138	25.658
Trab. de conservación y mto	290	290	290	305	305	305	190	190	190	190	190	185	2.920
Otros gastos	850	850	850	840	840	840	870	870	870	860	860	860	10.260
Dotación para la amortización (70.000 euros)	647	647	647	647	647	647	647	647	647	647	647	647	7.767
Gastos Financieros (intereses)	525	521	517	513	508	504	500	496	492	487	483	479	6.024
RESULTADOS	114.860	63.789	65.395	66.290	64.867	65.347	68.134	68.865	77.575	74.471	70.868	78.435	221.000
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería	0	59.729	57.275	57.474	57.907	57.343	57.462	54.945	59.015	66.119	66.344	64.283	
COBROS													
Ventas	9.860	4.060	8.120	8.816	6.960	8.004	10.672	13.920	18.560	8.352	4.524	14.152	116.000
Capital	15.000												15.000
Préstamo	90.000												90.000
TOTAL TESORERÍA	114.860	63.789	65.395	66.290	64.867	65.347	68.134	68.865	77.575	74.471	70.868	78.435	221.000
PAGOS													
Gastos 1º establecimiento	3.000												3.000
Reforma y mobiliario	3.500						3.500						7.000
Minilab	30.000											30.000	60.000
Stock de seguridad	9.000												9.000
Compras	3.415	1.406	2.812	3.053	2.410	2.772	3.696	4.821	6.428	2.893	1.567	4.901	40.175
Gastos de Personal	1.449	1.941	1.941	2.157	1.941	1.941	2.906	1.941	1.941	2.157	1.941	1.941	24.201
Alquiler oficina	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9.600
Fianzas Constituidas	1.600												1.600
Trab. de conservación y mto	290	290	290	305	305	305	190	190	190	190	190	185	2.920
Otros gastos	850	850	850	840	840	840	870	870	870	860	860	860	10.260
Gastos financ. (intereses)	525	521	517	513	508	504	500	496	492	487	483	479	6.024
Devolución Préstamo	702	706	710	714	719	723	727	731	735	740	744	748	8.700
TOTAL PAGOS	55.131	6.515	7.921	8.383	7.524	7.885	13.189	9.849	11.456	8.127	6.585	39.915	182.480
TOTAL TESORERÍA	59.729	57.275	57.474	57.907	57.343	57.462	54.945	59.015	66.119	66.344	64.283	38.520	38.520
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	
ACTIVO													
Inmovilizado	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
Amortización Acumulada	-647	-1.294	-1.942	-2.589	-3.236	-3.883	-4.531	-5.178	-5.825	-6.472	-7.119	-7.767	
Stock de seguridad	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	
Hacienda, IVA soportado	471	665	1.053	1.474	1.806	2.189	2.699	3.364	4.250	4.649	4.865	5.541	
Fianzas Constituidas	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	
Caja y Bancos	59.729	57.275	57.474	57.907	57.343	57.462	54.945	59.015	66.119	66.344	64.283	38.520	
TOTAL ACTIVO	140.153	137.245	137.185	137.392	136.514	136.367	133.713	137.801	145.144	145.121	142.629	116.895	
PASIVO													
Capital	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	
Deudas con bancos	89.298	88.592	87.882	87.167	86.449	85.726	84.999	84.268	83.532	82.792	82.048	81.300	
Proveedores	33.500	33.500	33.500	33.500	33.500	33.500	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	
Resultado Ejercicio	306	-2.653	-3.319	-3.594	-4.911	-5.636	-4.767	2.065	3.257	2.841	272	3.137	
Personal, SS y Hacienda	564	636	708	564	636	708	564	636	708	564	636	708	
Remu. Pendientes de Pago	125	250	375	499	624	749	125	250	375	499	624	749	
Hacienda, IVA repercutido	1.360	1.920	3.040	4.256	5.216	6.320	7.792	9.712	12.272	13.424	14.048	16.000	
TOTAL PASIVO	140.153	137.245	137.185	137.392	136.514	136.367	133.713	137.801	145.144	145.121	142.629	116.895	

Rentabilidad

"La mayor rentabilidad se obtiene de la actividad del revelado. La del analógico está en torno al 80%, mientras que en el digital se puede llegar al 90%, ya que no incurres en los gastos del revelado de carretes. En cuanto a los complementos, la rentabilidad se sitúa en torno al 40%. Aunque hay algunos, como los álbumes, en los que se obtiene un porcentaje mayor y otros, como las fundas, donde se obtiene menos", comenta Ricardo Blanco. Otras opiniones, como la de Carlos Fabregá, director de franquicias de Fotoprix, sostiene que el coste de los revelados está en torno al 50%, mientras que el de los complementos supone un porcentaje en torno al 74%.

Otros gastos

La cuenta *Trabajos de conservación y mantenimiento* incluye el presupuesto destinado al mantenimiento del minilab. Este apartado variará en función del tipo que sea, de si es de primera o segunda mano... En *Otros gastos* hemos incluido las diferentes partidas anuales: actividades de publicidad (1.500 euros), gastos de teléfono (1.440 euros), agua (145 euros), electricidad (3.600 euros), seguro de la tienda (720 euros), transporte (100 euros), gestoría (1.800 euros) y varios (955 euros). El importe de este apartado cambiará en función del número de trabajadores que tenga la tienda, de su ubicación y, sobre todo, de las decisiones estratégicas del emprendedor.

Inmovilizado

Dentro de esta partida están incluidos los gastos de primer establecimiento, el Inmovilizado Material y el Inmaterial. En nuestro supuesto incluimos, además de los correspondientes a la primera partida, el Inmovilizado Material, <ninguno> que estaría compuesto por el mobiliario y la maquinaria necesaria para la actividad empresarial. La inversión más importante a realizar es la compra del minilab cuyo precio puede oscilar entre 60.000 y 120.000 euros. Otra opción es la compra de un laboratorio de segunda mano. Con ello la inversión disminuiría considerablemente debido a que su precio suele oscilar entre 30.000 y 36.000 euros. Por último, cabe la posibilidad de adquirirlo mediante *leasing* con lo que su compra se retrasaría en el tiempo.

una máquina analógica para reproducir digital. También se puede instalar un quiosco digital para autoimpresión de imágenes, terminales que, pese a no estar aún popularizados por su coste y el precio de la copia, en el futuro estarán tan extendidos como los fotomatón", explica **Miguel Ángel López**, dueño ►

Diferentes opciones de negocio

El sector de la fotografía se encuentra en un momento de incertidumbre y cambios. Cambios a los que hay que adaptarse para poder sobrevivir y diferenciarse de la competencia. "La situación actual que vive la fotografía hace que surjan nuevas necesidades de mercado, pero también conlleva un riesgo, ya que hay que saber

invertir en la tecnología adecuada para no perder clientela ni realizar inversiones innecesarias y costosas. Esa es una de las mayores ventajas de la franquicia. Pertenecer a una cadena supone que el esfuerzo de adaptarse a las nuevas tecnologías y de innovar es continuo", comenta Carles Fabregá, director de franquicias de Fotoprix.

No obstante, para abrirte hueco de mercado tienes muchas opciones. Además de establecerte como franquicia o como tienda tradicional puedes ofrecer servicios a través de Internet.

Fotos en Red

La principal ventaja es que, además de adaptarte a las nuevas tendencias de mercado, podrás llegar a cual-

quier cliente con independencia de su ubicación geográfica. En este sentido, están surgiendo muchas empresas en la Red que ofrecen servicios de revelado digital, tratamiento de fotos... además de todo tipo de complementos fotográficos. La informática y la fotografía se unen para abrir nuevas oportunidades de negocio.

La opción de la franquicia

Fotoprix se creó en 1981 y desde entonces ha inaugurado 260 comercios en España. Una de las políticas de expansión de esta franquicia es mantener el crecimiento un 50% entre centros propios y franquiciados, siendo las zonas de expansión prioritarias Andalucía, Baleares y Canarias.

"La experiencia como franquiciadora nos permite ofrecer un asesoramiento global a los franquiciados", comenta Carles Fabregá, director de franquicias de Fotoprix. Fotosistema es la otra gran enseña. Constituida hace más de 25 años, cuenta con cerca de 150 locales en toda España.

FICHA TÉCNICA DE LAS DOS PRINCIPALES ENSEÑAS DEL SECTOR

FOTOPRIX

Teléfono y contacto:
902 500 600. Carles Fabregá
Inversión total: 72.000 euros
Canon de entrada:
12.000 euros
'Royalty' anual: no hay
Canon publicitario: no hay
Duración del contrato:
5 años
Superficie mínima del local: 50 m²

FOTOSISTEMA

Teléfono y contacto:
93 776 88 00. Francisco Calzada
Inversión total: 150.000 euros
Canon de entrada:
6.011 euros
'Royalty' anual: no hay
Canon publicitario: máximo 3.006 euros
Duración del contrato: 5 años
Superficie mínima del local: 50 m²



Una ventaja de la franquicia es que ofrece asesoramiento y apoyo en las tareas de marketing.

En este negocio cada vez habrá menos hueco para los alérgicos a los ordenadores

► de la tienda Fotografía Miguel Ángel (Tel. 91 552 03 94).

La segunda tarea será convencer al cliente de que sigue necesitando los servicios de la tienda. ¿Cómo? Demostrándole que, dejando en tus manos el revelado, conseguirá ahorrar tiempo, dinero además de quebraderos de cabeza delante del ordenador, y ganarán cali-

dad. "Las personas familiarizadas con la informática serán más reacias, pero el resto confiará en el profesional", augura **Manuel Moreno**, creador del Grupo Penta-Foto (Tel. 91 386 01 64).

Formación. La necesidad de formación es ahora más importante que nunca. Hay que escoger correctamente los modelos para vender en la tienda, explicar las pres-

taciones de las máquinas, aconsejar sobre el modo de realizar fotografías... Uno de los retos de los nuevos empresarios es estar al día de los cambios para mantener informados a sus clientes.

Valor añadido. En el sector hay poco hueco para los alérgicos a los ordenadores. La revolución que hoy vivimos no será nada comparada con la que viviremos cuando la fotografía a través de la telefonía móvil se haya extendido e Internet se convierta en el canal habitual. No es ciencia ficción, así que si quieres ir un paso por delante de tu competencia, ve pensando ya en inaugurar a la vez tu tienda física y tu tienda virtual.

Maribel González y Celia García

Emprendedores 'on line'

En nuestra página web www.emprendedores.es puedes descargar los planes de negocio que hemos publicado hasta la fecha: 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, videoclub, turismo activo, org. de eventos, peluquería, herbo-

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