



Plan de negocios

Daniel Franco Barranco
Iván Matellanes Pastoriza
Asier Mujika Aramendia

Rebuy

Urbietta, 31

20006 Donostia – San Sebastián

Teléfono: 943-01234

Web: www.rebuy.es

E-mail: info@rebuy.es

Administradores: Daniel Franco, Iván
Matellanes y Asier Mujika



Descripción del negocio

Idea de negocio

- Rebuy será un local de compra-venta minorista de productos de segunda mano.
- Los clientes tendrán la posibilidad de poner a la venta sus bienes que ya no necesiten, actuando la empresa como tasadora del producto.

Idea de negocio

- La venta al público de los bienes adquiridos se hará mediante catálogo electrónico, automatizando el proceso y reduciendo los costes de operación.

Objetivos

- Explotar un mercado poco conocido en comparación con otros países de la zona Euro como Reino Unido, Alemania, etc.
- Aprovechar la situación económica actual para incentivar los productos de segunda mano.
- Lograr beneficios del 30% sobre el valor tasado de cada producto.
- Consolidarse como la referencia de la zona en venta generalista de segunda mano.

Características

- Servicio exclusivo a clientes particulares, no comerciaremos con empresas, mayoristas, etc.
- Amplio abanico de productos.
- Mediante el uso e implantación de las TIC, se agiliza el proceso de comercio: base de datos automatizada, catálogo electrónico.
- Imagen moderna y elegante.

Posicionamiento y misión

- o Establecimiento líder de compra-venta de segunda mano en la comarca de Donostialdea.
- o Acercar a la sociedad los productos de segunda mano.
- o Pioneros en el uso de las nuevas tecnologías para la venta minorista.
- o Nuevo modelo de negocio que triunfa en otros países.
- o Ubicación céntrica en Donostia que nos haga reconocibles.
- o Eventual expansión al resto de la provincia.

Promotores

- Equipo de tienda compuesto por:
 - Daniel Franco
 - Iván Matellanes
 - Asier Mujika
- Aportarán el capital inicial de forma equitativa para la puesta en marcha.
- Encargados de la administración, supervisión y ejecución de la actividad laboral.



Desarrollo y producción

Descripción

- Compra-venta de artículos de segunda mano no perecederos, almacenables, en buen estado y que no sobrepasen un valor límite.
- Joyería, informática, fotografía, textil, instrumentos musicales, deporte, bricolaje, pequeño electrodoméstico...
- Comprar lo que los clientes no quieren, vender lo que necesitan.

Estrategia de trabajo

- Cálculo del precio del producto a comprar según su estado y valor en el mercado.
- 35% del precio en efectivo, o 65% en vale para el cliente vendedor.
- El producto se registra en catálogo con código identificador, descripción, precio, imágenes, etc., y va al almacén embalado e identificado.

Estrategia de trabajo

- Evitar el sobrestock: muchos productos parecidos.
- Soportes informáticos, carteles explicativos, balizajes y asesor de ventas a disposición del cliente comprador.
- Se favorece la LBE, permitiendo que el cliente compre por sí mismo sin requerir ayuda de un asesor.

Estrategia de trabajo

- El administrador de productos trabaja en el almacén: colocar productos, subirlos por la rampa cuando son adquiridos, mantener la limpieza del local.
- Feria de stock mensual para sacar productos antiguos.



Mercado y tendencias

Mercado

- El mercado viable son los consumidores de toda la comarca de Donostialdea.
- La escasa competencia y la difícil situación económica favorecen nuestra llegada y nos otorga potencial de crecimiento.
- En caso de auge, expansión y apertura de nuevos locales a nivel provincial.

Perfil del cliente

o Cliente comprador:

- o Concienciado en el uso de artículos de segunda mano.
- o Busca productos útiles a bajo precio.
- o Le preocupa el medio ambiente.
- o Quiere comprar cómodamente, sin esperas ni dudas.

o Cliente vendedor:

- o Busca deshacerse de bienes que no necesita y obtener algún ingreso: dinero rápido.

Competencia

- o Competencia física:
 - o Cash Converters (Secundino Esnaola 27, Gros)
 - o OldBerri S. Coop. (Duque de Mandas 10, Egia)
 - o Second Hands C.B. (Legazpi 2, Centro)
- o Competencia en internet:
 - o M2SM
 - o Milanuncios.com
 - o Segundamano.es
 - o eBay

Principales competidores

Puntos fuertes y débiles:



Multinacional con años de experiencia

Gama de productos innecesarios o de poca utilidad



Organizan mercados de segunda mano

Poco conocidos por su escasa actividad empresarial



Gran variedad de productos disponibles a nivel nacional e internacional

Desconfianza a la hora de comprar por Internet

Principales competidores

Nuestra competitividad:

Empresa	Ellos	Nosotros
	Venta tradicional que requiere mucho personal de atención al público. No dispone de catálogo on-line.	Modelo novedoso de venta que permite ahorrar costes. Nuestros productos se pueden ver en Internet.
	El producto no es supervisado. Necesidad de darse de alta como usuario. El proceso puede durar varios días o semanas. Métodos de pago on-line limitados.	Producto comprobado y garantizado por nuestros expertos. Proceso directo y anónimo. Compra-venta al instante. Pago presencial en efectivo o con tarjeta de crédito.



Plan de Marketing

DAFO

Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades

Debilidades	Amenazas
Empresa nueva	Deflación
Artículos de segunda mano	Empresas nuevas que puedan surgir
No ofrecemos servicio de transporte	Subida de impuestos
Fortalezas	Oportunidades
Personal con experiencia	Precios más bajos por objetos de segunda mano
Óptima distribución de los productos en el almacén	Más ventas gracias al catálogo electrónico
Tecnología punta	Ingresos extra con el rastrillo
Precios bajos	
Buen diseño de la tienda	

Política de producto, servicio y atención al cliente

- Ordenadores para consultar el catálogo desde la página oficial.
- Ayudante para un correcto asesoramiento de productos.
- Sistema fácil, rápido y sencillo.
- Productos en perfecto estado.
- Gran variedad de productos.
- Local moderno como imagen característica de nuestra empresa.

Política de precios, promociones y descuentos

- Productos a mitad de precio en comparación con primera mano.
- Ofertas exclusivas en el “rastrillo” mensual.
- Tarjeta de cliente habitual.
- Acumulación de puntos por la compra de productos, canjeables por vales.

Publicidad

- Evento de inauguración con pintxos gratis y música para atraer la atención de los ciudadanos.
- Anuncios en radio.
- Redes sociales (Facebook, Tuenti y Twitter).
- Publicidad en DBUS durante varios meses.
- Página oficial de la empresa.
- Carteles y anuncios en el local.

Plan de acciones de Marketing

PUBLICIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
AVIONETA													
Coste	1200												1200
DBUS													
Coste	400	400	400	400				400	400				2400
ADWORDS													
Coste	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	660
TOTAL COSTE	1655	455	455	455	55	55	55	455	455	55	55	55	4260



Plan de ventas

Estrategia de ventas

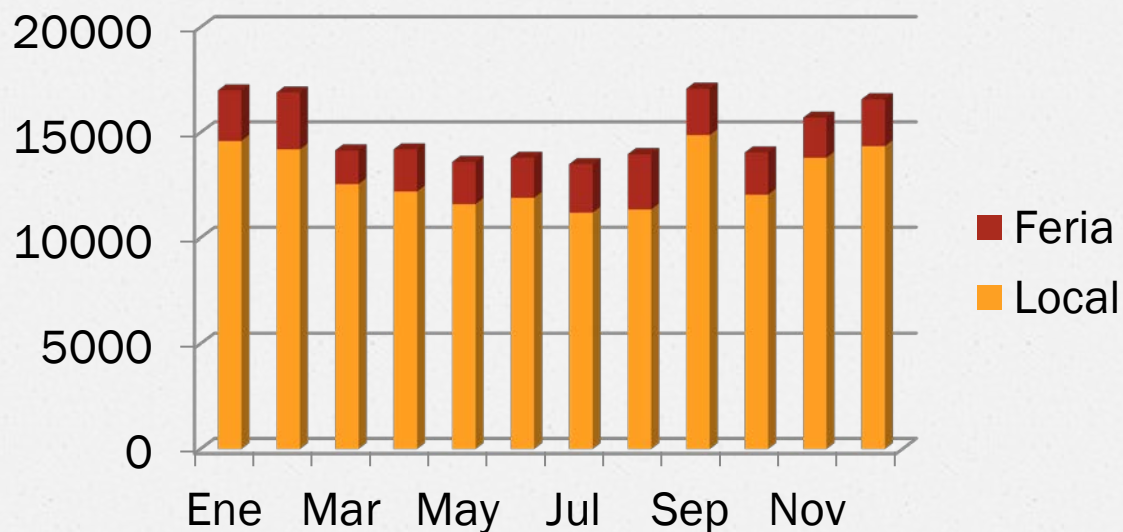
- Ventas directas en la tienda.
- Reserva del producto por el catálogo online y compra en el local.
- Feria de stock mensual con los productos de mayor antigüedad.

Equipo de ventas

- Tasador de compras (Sección de compra).
- Asistente de venta a clientes y asesoramiento (Sección de venta).
- Encargado de administrar los pedidos (Almacén).

Plan de ventas anual

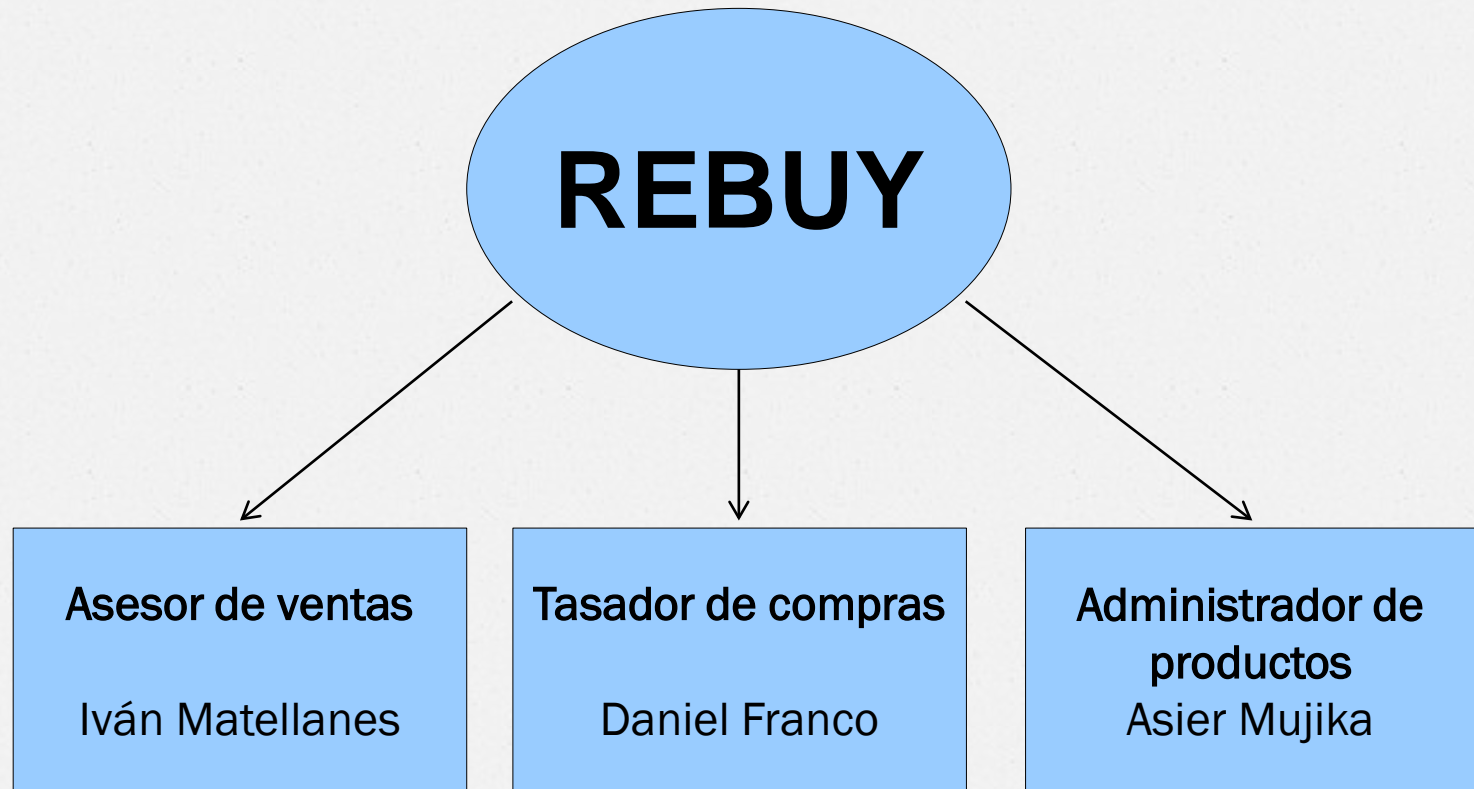
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	SUMA	MEDIA
Ventas local	14600	14200	12550	12200	11600	11900	11200	11350	14880	12050	13800	14350	154680	12890
Ventas feria	2400	2700	1600	2000	2000	1900	2300	2620	2200	2000	1900	2230	25850	2154
Total mensual	17000	16900	14150	14200	13600	13800	13500	13970	17080	14050	15700	16580	180530	15044





Recursos Humanos

Organigrama



Plan de sueldos

	€/h	Horas semanales	Salario base mensual (€)	Primas por beneficios
Asesor de ventas	9,5	48	1824	Sí
Tasador de compras	9,5	48	1824	Sí
Administrador de productos	9,5	48	1824	Sí

Horarios de trabajo

- Lunes a viernes:

- Mañanas: de 10:00 a 13:30

- Tardes: de 16:30 a 21:00

- Sábados:

- Mañanas: de 10:00 a 14:00

- Tardes: de 16:00 a 20:00



Aspectos legales y societarios

Empresa

- o SLNE: 3 socios
 - o Daniel Franco (33%)
 - o Iván Matellanes (33%)
 - o Asier Mujika (34%)
- o Capital social inicial: 59.286€

Permisos y trámites

- ◊ Mercantiles: inscripción en el registro, Libro de Visitas...
- ◊ Fiscales: Impuesto de Sociedades, alta en Seguridad Social...
- ◊ Municipales: licencia de obra, licencia de apertura, Impuesto sobre Bienes Inmuebles, licencia para colocar la feria...



Inversiones y financiación

Inversión inicial

Reformas del local	12.000€
Inventario inicial	9.600€
Fianza de arrendamiento	2x2.200€
Mobiliario (mesas, sillas, mostradores, estanterías...)	1.800€
Ordenadores	5x320€
Tablets	2x300€
Cajas registradoras Olympia	3x100€
Licencias y trámites	1.140€
TOTAL	31.440€

Gastos mensuales

Durante el primer año

Salarios base	3x1.824€
Alquiler	2.200€
Agua, luz, teléfono	300€
Tasas municipales	28€
Feria de stock	850€
Seguridad	45€
Comprar artículos	4.500€
Marketing	355€
Seguros	140€
Página Web	33€
TOTAL mensual	13.923€

Estructura de las inversiones

Inversión inicial: 31.440€

Adelanto de los gastos de dos meses: 27.846€

Capital social inicial: 59.286€

Financiación

- o Los socios aportarán un 20% del capital inicial (11.857 €), cada socio 3.952 €.
- o Se usará como aval para pedir un préstamo de 47.429 € a la entidad Rabobank, al 4% de interés.
- o 49.326 € a devolver en un plazo máximo de 8 años: 514€ mensuales.

Reparto de beneficios

- Se reservan un 10% de los beneficios hasta alcanzar un 30% del capital inicial (17.786€).
- El resto de los beneficios se reparten entre los socios al final de cada ejercicio de forma proporcional a la participación social.



Ingeniería del Proyecto

Mantenimiento y depreciación

- o Se limpiarán tanto la tienda como el género todos los días.
- o El mantenimiento de los equipos mecánicos e informáticos se hará por cuenta propia.
- o Una vez al mes se hará un mercadillo con los objetos que llevan tiempo sin venderse y no tienen perspectivas de hacerlo:
 - o Se vende a precio de coste para liberar espacio en el almacén y llamar la atención de futuros clientes.

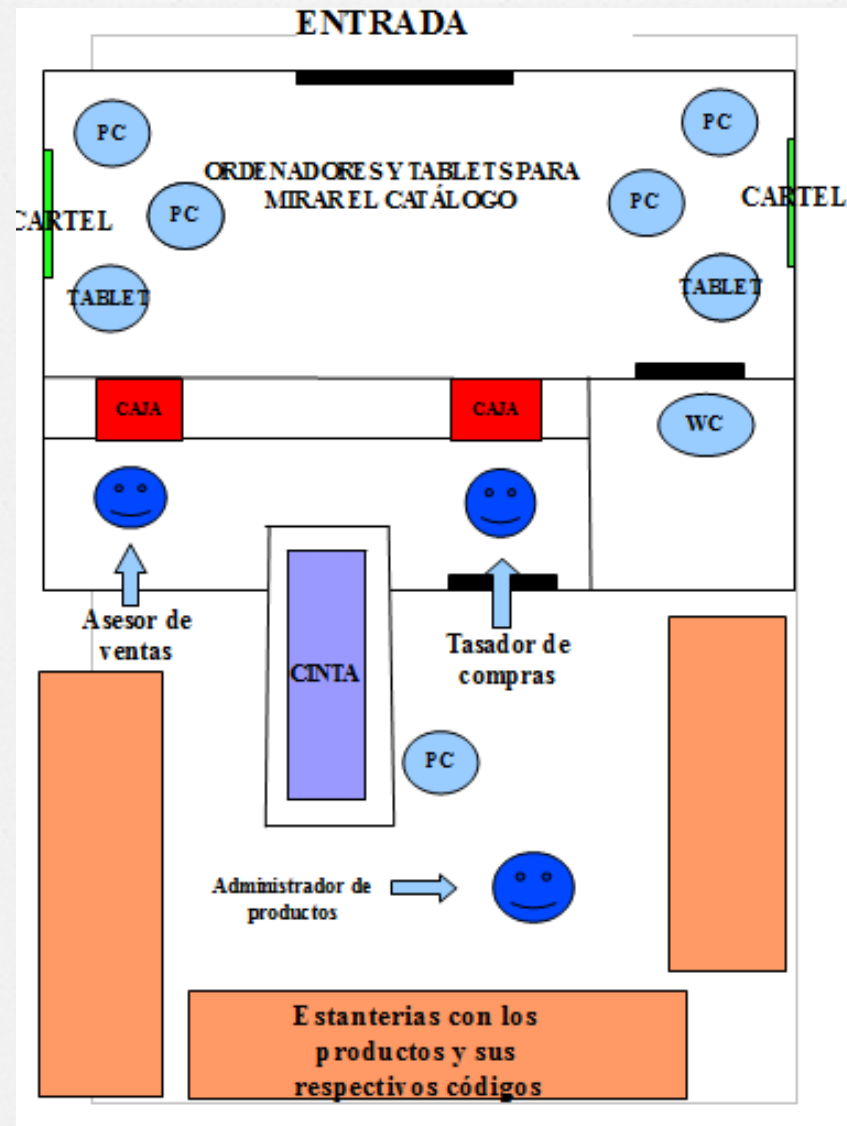
Instalaciones

- o Local a pie de calle pequeño, moderno y de decoración minimalista.
- o Dividido en dos secciones:
 - o Sección de compra: un mostrador atendido por el personal y equipado con PC y caja.
 - o Sección de venta: PCs, tablets, sofás y sillones para ojear cómodamente nuestro catálogo, y un mostrador para cobrar.

Instalaciones

- Almacén amplio situado en un sótano o trastienda contiguo al local de compra-venta, y comunicado con él por medio de una rampa mecánica.
Un empleado de almacén se encarga de colocar los productos y atender los pedidos.

Instalaciones



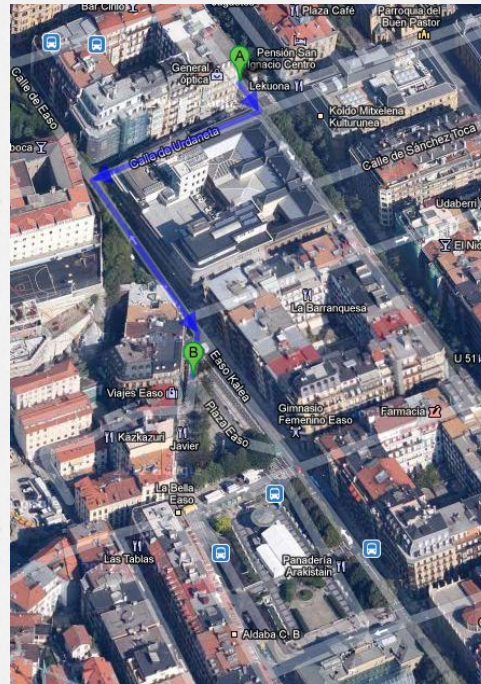
Localización

📍 Tienda: Calle Urbietta, 31



Localización

- o Feria de Stock: Pl. Easo, a 200m de la tienda





Conclusiones

Rentabilidad

Previsión para el primer año

o Ingresos – Gastos:

$$180.530 - 139.230 = 41.300\text{€}$$

o Amortización del crédito:

$$41.300 - 6.168 = 35.132\text{€}$$

o Fondo de reserva:

$$35.132 - 3.513 = 31.619\text{€}$$

o Rentabilidad: **53,3%**

Seguridad

- o La actual situación económica provoca una gran demanda en la compraventa de artículos de segunda mano, que el mercado actual de la zona no puede absorber.

Fracaso

- Se disuelve la empresa, se enajenan los bienes y se utilizan los fondos de reserva y capital social para liquidar las deudas.
- En ningún caso los socios responderían con su patrimonio personal.

Éxito

- Se abren nuevos locales en otras comarcas como Bidasoaldea, Tolosaldea o Deba.
- Eventual progresión hacia una Sociedad de Responsabilidad Limitada.



Daniel Franco Barranco
Iván Matellanes Pastoriza
Asier Mujika Aramendia