

REPARACIÓN DE CALZADO



1. INTRODUCCIÓN	3
2. A IDEA	4
3. O NOSO PRODUTO	5
4. ACERCAR O PRODUTO Ó CLIENTE	7
5. O NOSO CLIENTE	9
6. A NOSA COMPETENCIA	10
7. RECURSOS	11
8. ANÁLISE ECONÓMICA-FINANCEIRA.....	14

1. INTRODUCCIÓN

As guías específicas de actividade parten do interese do Concello de Ribadeo por fomentar as actividades económicas relacionadas co comercio polo miúdo.

A través da información obtida mediante a realización dun estudo de carácter cualitativo no concello de Ribadeo, a través do cal se avaliou tanto a situación actual do comercio como a potencialidade de negocios de ámbito comercial, extraéronse conclusión acerca dunha serie de oportunidades de negocio que teñen cabida no concello.

Deste xeito, e como complemento da Guía Xenérica de Actividade, nestas guías facilítase información a cerca destes comercios para que os emprendedores poidan definir con maior claridade as súas ideas de negocio tendo en conta aspectos coma o produto, clientes, mercado, recursos e demais características relacionadas con cada idea de negocio.

A metodoloxía utilizada para levar a cabo o estudo e acadar a información necesaria para delimitar as alternativas de negocio foi de carácter cualitativo, concretamente, *Observación Participante* (tanto no propio concello como en outros concellos de Galicia con similares características socio/demográficas), *Entrevistas en profundidade* (con comerciantes do concello), *Grupos de Discusión* (con habitantes do concello de Ribadeo), obtención e posterior *Análise de Datos Secundarios*.

2. A IDEA

O **Servizo de Reparación de Calzado** preséntase como unha alternativa ante a escaseza de oferta deste tipo de servizo no concello de Ribadeo, e como resposta á demanda expresa dos cidadáns de Ribadeo detectada nos grupos de discusión que se levaron a cabo no estudo previo a elaboración destas guías.

Na actualidade só existe unha posibilidade para satisfacer as necesidades dos habitantes de Ribadeo no que se refire a reparación e coidado do calzado, polo que o servizo non se leva a cabo no tempo desexado polos seus clientes. Aínda que o traballo final si conta coa súa aprobación o retraso no prazo de entrega do calzado reparado fai que moitos potenciais clientes se mostren insatisfeitos e renuncien a botar man deste servizo.

Tendo en conta este oco na oferta existente, preséntase a idea de negocio de reparación de calzado, xunto co complemento de duplicado de chaves, afiado no acto, e venta de artigos e complementos de pel, como bolsos e cintos, a través dunha atención personalizada segundo as necesidades de cada cliente, nun sector de servizos onde impera a rapidez da entrega e a atención constante aos clientes.

Este tipo de tenda reflicte un gran movemento o longo día, por ser todos os artigos que se ofertan de consumo diario, sen embargo, é moi importante tamén acadar un lugar estratéxico en canto a situación do establecemento no propio concello, tentando na medida do posible instalarse nun lugar transitado e de fácil identificación para a poboación local e a comarca da Mariña Oriental. Amais, principalmente no período inicial de actividade compre publicitar o negocio de xeito que a xente tome conciencia da nova actividade e servizo levado a cabo polo emprendedor.

3. O NOSO PRODUTO

É moi importante acertar á hora de determinar qué servizos ou produtos imos a incluír dentro da nosa oferta, así acadaremos unha posición no mercado e os clientes farán valoracións do noso produto en comparación coa competencia existente no noso entorno. Por este motivo é preciso facer unha valoración do noso entorno e a nosa competencia para ter en conta aspectos referidos a variedade servizos e produtos, prezos, e en xeral a estratexia que deberemos seguir para acadar unha posición favorable no mercado, isto é, diferenciarse no mesmo.

Na proposta de negocio que expoñemos nesta guía, o produto redúcese basicamente ó servizo de reparación de calzado, duplicado de chaves, e afiado no momento. A venda de complementos para o calzado e artigos de pel supón un complemento a maiores para completar unha boa oferta e diferenciarse da competencia existente.

- Reparación de calzado: Trátase de levar a cabo as tarefas de reparación e mantemento de calzado para todo tipo de público, homes, mulleres e nenos.
- Duplicado de chaves: Nesta caso, a través da maquinaria oportuna levaranse a cabo copias de chaves de uso doméstico, existindo tamén a posibilidade de incluír tamén o duplicado de mandos a distancia.
- Afiado: Levarase a cabo a tarefa de no mesmo momento de afiado de coitelos, tesoiras e demais ferramenta de pequeno tamaño.
- Venda de complementos para o calzado: Ofrécese a posibilidade de mercar todo tipo de cordóns, plantillas, cepillos, cremas, tintas...

- Venda de artigos de pel: Como complemento a oferta anterior e coa finalidade de aplicar unha certa diferenciación, nesta proposta inclúese a oferta de artigos artesáns de pel como cintos, carteiras e bolsos.

Ademais deste tipo de servizos e oferta de artigos é preciso aportar un grao mais de exclusividade, neste caso resulta imprescindible reducir os prazos de entrega e na medida do posible, como no caso do afiado, botar man dun servizo que se caracterice por ofrecer unha resposta inmediata. Na actualidade, os consumidores valoran cada vez mais a inmediatez, poder atopar solucións inmediatas as súas demandas e acadar a resposta esperada do servizo ou compra efectuada. Por este motivo, e sobre todo tendo en conta a información recollida no traballo de investigación, o emprendedor deberalle aportar un grao de eficiencia e rapidez á idea de negocio presentada.

4. ACERCAR O PRODUTO Ó CLIENTE

Unha vez que temos claro cal será o servizo e produto que imos ofrecer, haberá que atender a forma e medios para poñelo en venda, isto é, como o poremos a disposición dos consumidores e que medios utilizaremos para diferenciarnos da competencia. Haberá que ter en conta os seguintes aspectos:

- Canles de distribución: O medio para acercar o servizo ou produto ó cliente é a través da atención ó público no propio establecemento. Na actualidade existen outros medios para levar a cabo dito acercamento ó cliente final, sen embargo, aínda tendo en conta a alta rendibilidade deste negocio, hai que atender o feito de que os prezos de cada servizo non suman cantidades importantes, poden roldar aproximadamente os 5 euros por servizo, e por este motivo descartamos, polo menos nos comezos da actividade, incluír outras formas de distribución como o servizo a domicilio, venda por internet, etc.
- Os prezos: A hora de establecer un sistema coherente e proporcionado para fixar os prezos, é preciso coñecer moi ben o mercado de referencia, os nosos gastos, as canles de distribución, o tipo de cliente, así como os prezos establecidos polos nosos competidores. A política de empresa deberá de contar con un plan dedicado exclusivamente a este punto, xa que os prezos están directamente relacionados coas vendas, e polo tanto, coa produtividade do negocio.
- Promoción: Unha boa estratexia a hora de definir a noso plan de promoción resulta fundamental para facer do noso negocio un produto especialmente atractivo para os potenciais consumidores.

O primeiro paso será a creación dunha imaxe corporativa apropiada, que resuma de forma efectiva a nosa idea de negocio e sexa representativo do noso produto e da filosofía de empresa.

Despois teremos que por en circulación a nosa imaxe, haberá que prestar atención o aspectos de sinalectica como os rótulos, carteis, e escaparates, adaptándoos segundo as exixencias da nosa imaxe corporativa e seguindo as liñas estéticas que require o noso negocio¹. Ademais, é conveniente usar algún tipo de soporte publicitario nos medios locais de comunicación ou a través da creación de dípticos informativos para levar a cabo a campaña de difusión do negocio. Isto forma parte da labor comercial que precisará levar a cabo o emprendedor para dar a coñecer o seu produto, sobre todo nos primeiros meses de actividade. Nesta idea de negocio non consideramos apropiada a creación dunha páxina web, tendo en conta os gastos e beneficios que pode xerar tendo en conta o seu poder de difusión e atracción de clientes.

Estética: Esta idea de negocio non presenta moitas exixencias de carácter estético. O espazo preciso para desenvolver este tipo de actividade e servizo é bastante pequeno, de feito existen empresas dedicadas a proporcionar todo o material técnico necesario, mobiliario e xestión de acondicionamento deste tipo de negocios, e pódese montar un negocio deste tipo a partir dos 15 m². Por este mesmo motivo resulta imprescindible facer un uso racional do espazo dispoñible e poñer especial énfase en manter sempre a orde necesaria para que o traballo non se vexa prexudicado, que a percepción da xente a cerca da orde e limpeza do local non sexa desfavorable e polo tanto inflúa negativamente para o noso negocio. Trátase de vender unha imaxe renovada e actual. Ademais, tendo en conta que se van a levar a cabo tarefas de precisión, o espazo preciso para desenvolverlas deberán contar cunha boa iluminación, a zona de exposición e atención ó publico pode contar cunha iluminación mais atenuada.

¹ Na Guía Xeral de actividade ofrece información acerca do coidado das instalacións.

5. O NOSO CLIENTE

Por *cliente preferente* enténdese a poboación diana, aquela á que vai dirixida o noso produto ou servizo. Por este motivo, haberá que diferenciarlo de consumidor, que non necesariamente será cliente directo do noso produto. Polo tanto, e tendo en conta o grao de influencia que ten Ribadeo a nivel comercial e de servizos para os concellos veciños, a nosa clientela potencial estará comprendida pola poboación do concello de Ribadeo e da comarca Mariña Oriental maior de 16 anos, que é a idade a partir da cal a poboación ten capacidade de compra e se mostra disposta a mercar ou botar man dun determinado servizo ou produto. Amais, aínda que os menores de 16 anos tamén poden botar man deste servizo, non o farán por eles mesmos (probablemente estes estarían mais dispostos a cambiar de calzado que de reparalo), senón a través dos seus pais, e estes son os que o emprendedor deberá atraer para utilizar o seu servizos e posteriormente fidelizar. A seguinte táboa mostra a poboación total de maiores de 16 anos para o comarca de Ribadeo:

Poboación maior de 16 anos 2007	
Barreiros	3014
Pontenova, A	2736
Ribadeo	8570
Trabada	1341
Total	15661

Elaboración propia

Fonte: IGE

Hai que ter en conta que o feito de que Ribadeo sexa un referente comercial dentro dunha área de influencia que sobrepasa a súa propia comarca e inclúe sobre todo a outros concellos veciños da Comunidade de Asturias, pode aumentar considerablemente a afluencia de clientes e polo tanto a produtividade do negocio. Hai que insistir en que si se ofrece o servizo de reparación de calzado, de duplicado de chaves e mandos a distancia, e mais o afiado no momento pode resultar de moito atractivo para a poboación.

6. A NOSA COMPETENCIA

O estudo da competencia forma parte dos pasos previos que calquera emprendedor debe afrontar antes de por en marcha o seu negocio. O coñecemento das fortalezas e debilidades dos competidores axudarán a definir as estratexias a desenvolver polo emprendedor para acadar niveis óptimos de distinción e produtividade. Haberá que identificar os posibles competidores que comparten o mesmo contexto ou área de influencia, e despois diferenciar entre dous tipos de competencia:

- Directa: Trátase de negocios que ofrecen o mesmo produto e servizos dentro da mesma área de influencia, e ademais vai dirixido o mesmo público e utiliza os mesmas canles de distribución. É importante coñecer ben os seus produtos e servizos, prezos, horarios...en xeral, os seus puntos fortes e febles.
- Indirecta: Son negocios que non ofrecen a mesma variedade de gama nin de produtos, pero que inclúen na súa oferta outro tipo de produtos que poden ser considerados polo consumidor como unha alternativa para satisfacer as súas necesidades. Neste caso haberá que atender tamén a todos aqueles aspectos que poidan marcar as diferenzas coa finalidade de acadar unha posición vantaxosa no mercado.

A través do estudo levado a cabo, pódese afirmar que o concello de Ribadeo non conta cun servizo especializado deste tipo, aínda que si existe unha persoa dedicada a reparación de calzado que asume toda a demanda existente (non sendo capaz de asumir a súa totalidade), que pode considerarse como competencia directa en canto a reparación de calzado, pero non existe hoxe en día unha competencia directa que inclúa a totalidade de servizos de este tipo de negocio. Ademais existe tamén algunha ferraxería que incorpora o servizo de duplicado de chaves.

7. RECURSOS

Unha vez que o emprendedor se decide a poñer en marcha un negocio, debera definir os recursos necesarios para desenvolver o proxecto. Para elo hai que distinguir entre tres tipos de recursos necesarios:

- Recursos financeiros:

Son os recursos económicos² que precisará o emprendedor para por en marcha o negocio. Hai que ter en conta que no comezo da actividade o negocio dificilmente xerará os beneficios necesarios para cubrir os gastos que vai a xerar, por este motivo, ademais de ter unha previsión clara dos gastos que deben ser cubertos, haberá que contar cunha fonte de financiamento para facer fronte a través de efectivo dos gastos non cubertos. Cando falamos de gastos referímonos o aluguer, soldos dos empregados, electricidade, auga, stocks...Ademais, o financiamento necesario dependerá dos recursos propios o comezo da actividade, incorporación de tecnoloxía, acondicionamento do local, mobiliario, prezo do aluguer...

Na actualidade existen empresas dedicadas a instalación de mobiliario e maquinaria para crear negocios de reparación de calzado.

Para acadar unha estimación sobre o montaxe desde tipo de negocios hai que ter en conta:

- Cantos servizos se instalaran.
- Se a maquinaria que se instala é nova, de importación, nacional, ou de ocasión.
- Se emprendedor necesita ou non formación.
- El mobiliario se instalará pola conta do emprendedor ou da empresa.

² Consultar Guía Xeral de Actividade información sobre recursos económicos e financiamento.

Ademais neste tipo de servizo existe un pequeno stock, o cal permite unhas doadas previsións de compras, e trabállase con pequenos artigos polo que se acumulan moi poucas débedas.

Tendo en conta esta información estimamos a seguinte relación para un establecemento de aproximadamente 35 m² para o concello de Ribadeo tendo en conta a compra da maquinaria, que nalgún caso pode ser de segunda man:

Investimento Inicial Aproximado (€).	
Aluguer do local ³	400
Acondicionamento/Mobiliario	8000
Maquinaria	30000
Tecnoloxía Informática	2000
Stock inicial	6000
Capital inicial	5000
Permisos, licenzas e outros	3000
Total	54.400€

Elaboración Propia

- Recursos técnicos:

Son aqueles elementos e espazos físicos cos que debe contar o emprendedor para levar a cabo a súa actividade. Haberá que ter en conta as instalacións, maquinaria e tecnoloxía necesarias.

Para o servizo de reparación de calzado, duplicado de chaves, e afiado no momento, estimamos a seguinte relación en canto as instalacións:

Instalacións (m2)	
Espazo comercial	25
Almacén	5
Servizo	3
Total	33

Elaboración Propia

Ademais das instalacións⁴ haberá que ter en conta tamén a situación do propio establecemento, procurando sempre e na medida do posible, situarse nunha zona céntrica, transitada e con mais

³ Calculo medio tendo en conta que o local non estará ubicado nas rúas peonís.

⁴ Consultar Guía Xeral de Actividade.

comercios arredor, de xeito que resulte visible para os viandantes e facilmente recoñecible.

Outros aspectos a ter en conta son os escaparates e disposición dos materiais e o espazo interior do establecemento, que deberan contar co atractivo e prestacións necesarios para levar a cabo a nosa actividade de forma óptima. Entre os materiais necesarios destacan: Mobiliario, mostrador, expositores, equipos informáticos, teléfono, fax, caixa rexistradora...

- Recursos humanos:

Dentro do esquemas xerais dunha empresa é de vital importancia ter en conta calquera aspecto relacionado co cadro de persoal necesario para por en marcha o desenvolvemento da actividade. Habitualmente, sobre todo no comezo da actividade, o propio emprendedor encargase el mesmo de levar o control da empresa, para elo debe posuír unha serie de características persoais específicas⁵ e un mínimo de formación relativa a xestión empresarial. Polo tanto, é preciso asesorarse ben antes de emprender calquera tipo de actividade. En caso de levar a cabo a contratación de persoal para o negocio, haberá que ter en conta:

- O análise dos perfís necesarios dos traballadores
- As facilidades de acceso aos mesmos.
- A estrutura organizativa do persoal.
- As posibles evolucións de persoal en función do crecemento da empresa.
- Tipos de contratacións.

⁵ Consultar Guía Xeral de actividade.

8. ANÁLISE ECONÓMICA-FINANCEIRA

O análise económica financeira céntrase fundamentalmente en estudar a relación existente entre os gastos e os ingresos estimados para un negocio concreto. Polo tanto, para coñecer a rendibilidade do negocio, isto é o beneficio, haberá que coñecer cal é a diferenza entre ambos conceptos, os *gastos* e os *ingresos*.

Coa finalidade de orientar ó emprendedor á hora de estimar o cálculo dos beneficios tendo en conta os *gastos*, ofrécense unha táboa onde se inclúen todos aqueles aspectos a ter en conta:

GASTOS PREVISTOS NO ANO XXXX		
	Término	Importe
TOTAL GASTOS NO ANO XXXX (A+B)		
A.	TOTAL Gastos variables	
1.	Merca de mercadorías	
B.	TOTAL Gastos fixos(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	
1.	Gastos de persoal(a+b)	
a)	<i>Soldos e salarios</i>	
b)	<i>Seguridade social</i>	
2.	Amortizacións	
3.	Aluguer	
4.	Servizos de profesionais independentes(a+b)	
a)	<i>Asesoría</i>	
b)	<i>Avogado</i>	
5.	Primas de seguros	
6.	Publicidade e propaganda	
7.	Subministrados(a+b+c+d+e)	
a)	<i>luz</i>	
b)	<i>auga</i>	
c)	<i>teléfono</i>	
d)	<i>fax</i>	
e)	<i>internet</i>	
8.	Tributos	
9.	Gastos varios	
10.	Gastos financeiros	

Na táboa móstranse todos aqueles gastos que o emprendedor deberá de ter en conta á hora de estimar os seus beneficios en relación ingresos. Para acadar unha estimación dos ingresos que se poden obter non existe un método infalible, xa que entran en xogo moitas variables, pero o que hai que ter en conta é que como mínimo deben ser superar os gastos.

Unha forma de estimar os ingresos parte do cálculo de clientes que poden visitar o negocio e mailo gasto medio de cada un deles. O cálculo faise por día, e despois trasládase o cálculo anual, tendo en conta que o comercio non estará aberto os 365 días do ano, e que hai épocas como o Nadal, Semana Santa ou o verán, no que o número de clientes e gasto de cada un deles pode aumentar considerablemente.

Deste xeito, habería que calcular o número de clientes diario que visitaría o establecemento para cada época do ano, ata acadar a totalidade de xornadas que o establecemento permanecería aberto anualmente, e multiplicalo polo gasto aproximado por cliente en cada unha destas datas (tendo en conta que o gasto será maior nunhas épocas que en outras).

A suma de todas as vendas do ano (ventas totais), tendo en conta as variacións que se producen en determinadas épocas, serían os ingresos cos que conta o emprendedor.

Unha vez que o emprendedor coñece os ingresos e os gastos pódese estimar unha conta de resultados nos que se fai unha relación detallada dos gastos e ingresos anuais.

A continuación pódese observar con detalle unha táboa de conta de resultados onde se mostran todos os aspectos necesarios para acadar unha estimación dos beneficios do negocio:

CONTA DE PERDAS E GANANCIAS-RESULTADO DO EXERCICIO XXXX		
Término		Importe
I. INGRESOS [I.a)+I.b)]		60.600,00
I.a)	ventas	60.000,00
I.b)	subvenciones	600,00
II. GASTOS [II.a)+II.b)]		52.760,00
II.a)	TOTAL Gastos variables (a1)	15.000,00
a1)	Merca de mercadorías	15.000,00
I.b)	TOTAL Gastos fixos (b1+b2+b3+b4+b5+b6+b7+b8+b9+b10)	37.760,00
b1)	Gastos de persoal	20.200,00
b2)	Amortizacións	4.750,00
b3)	Aluguer	4.800,00
b4)	Servizos de profesionais independentes	1.800,00
b5)	Primas de seguros	650,00
b6)	Publicidade e propaganda	1.000,00
b7)	Subministros	2.160,00
b8)	Tributos	300,00
b9)	Gastos varios	1.350,00
B10)	Gastos financeiros	750,00
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACION [I.INGRESOS-II.GASTOS]		7.840,00