

GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

Empresas de reparacións no fogar

* NAS COMARCAS DA MARIÑA LUCENSE E CONCELLO DE RIORTORTO

100*



<http://guias.bicgalicia.es>

Índice

| | |
|--|----|
| 1. ¿Qué es este documento?..... | 3 |
| 2. ¿Qué zonas comprende el estudio?..... | 4 |
| 3. ¿Qué es una empresa de reparaciones en el hogar?..... | 5 |
| 4. ¿Cuántas empresas de reparaciones en el hogar hay en la zona? ¿Qué características presentan? | 6 |
| 5. ¿Quiénes son los clientes de las empresas de reparaciones en el hogar? 8 | |
| 6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de reparaciones en el hogar? | 9 |
| 7. ¿Cuál es el futuro de la actividad? | 11 |
| 8. ¿Cómo competir en el mercado?..... | 12 |
| 9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes? | 14 |
| 10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de reparaciones en el hogar? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?..... | 15 |
| 11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere? | 16 |
| 12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad? | 17 |
| 13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles? | 18 |
| 14. NOTA DE LOS AUTORES | 20 |

1. ¿Qué es este documento?

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividad a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social, es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social. Por otra parte, las Guías de Actividad se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

Este documento surge, por tanto, con el objetivo de acercar la información contenida en la Guía de Empresas de Reparaciones en el hogar a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios de las Comarcas de la Mariña Lucense y el Concello de Riotorto que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como de los técnicos de los Grupos de Acción Local que en la actualidad están desarrollando las iniciativas comunitarias: PRODER II (MARIÑA OCCIDENTAL) y LEADER + (TERRAS DE MIRANDA).

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Empresas de reparaciones en el hogar realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web:

<http://guias.bicgalicia.es>.

2. ¿Qué zonas comprende el estudio?

El espacio que ocupa el territorio de esta zona está formado por 16 municipios: ocho costeros que son Ribadeo, Barreiros, Foz, Burela, Cervo, Xove, Viveiro y O Vicedo y los restantes, los ayuntamientos de Trabada, A Pontenova, Lourenzá, Mondoñedo, Alfoz, O Valadouro, Riotorto y Ourel, son de interior.

Dichos municipios pertenecen a tres comarcas que son las que forman A Mariña Lucense, salvo el de Riotorto que pertenece a Meira.



3. ¿Qué es una empresa de reparaciones en el hogar?

La selección de empresas que se incluyen se ha hecho considerando aquellos servicios de reparación más frecuentemente demandados en un hogar, lo que engloba ramos diversos como: instalaciones eléctricas en general, instalaciones de fontanería, instalaciones de frío, calor y acondicionamiento de aire, carpintería y cerrajería, pintura de cualquier tipo y clase y revestimientos con papel, tejidos o plásticos y terminación y decoración de edificios y locales, reparaciones de electrodomésticos eléctricos para el hogar.

El colectivo de empresas que recoge esta Guía es muy heterogéneo. Así, además de por la actividad principal, se diferencian en virtud de varios aspectos:

- Desde el punto de vista de los **clientes**, hay empresas más orientadas a particulares y otras en las que las empresas constituyen su cartera de clientes más abultada.
- Con relación a la **especialización o diversificación**, encontramos empresas que operan exclusivamente en un área de actividad y otras en las que su acción se extiende a varias ramas con mayor o menor afinidad entre ellas.
- En cuanto a la **dimensión**, hay empresas unipersonales y otras con una plantilla de trabajadores más amplia.
- Por el **tipo de servicio ofrecido**, hemos identificado unas empresas con servicio 24 horas y otras operativas únicamente en días laborables.
- También se pueden clasificar las empresas por el tipo de **relación o vinculación que mantienen con el cliente** a quien prestan el servicio.
- Por la **gestión** realizada en el servicio de reparación, hay empresas que se dedican propiamente a la labor del arreglo y otras que coordinan la prestación del servicio.
- Por último, en relación con el **peso que representa la actividad de reparación** sobre el total de la empresa, también se encuentran distintos perfiles, desde aquellas firmas en las que prácticamente toda la facturación proviene de trabajos de reparación, hasta las que ofrecen este servicio exclusivamente de modo complementario, los cuales representan una parte minoritaria del volumen de negocio.

4. ¿Cuántas empresas de reparaciones en el hogar hay en la zona? ¿Qué características presentan?

En el año 2004 en las comarcas de la Mariña Lucense había 96 unidades económicas (autónomos y empresas) ejerciendo la actividad dentro del sector de las reparaciones en el hogar:

| | Instalaciones eléctricas | Instalaciones de fontanería | Frío, calor y aire acondic. | Carpintería y cerrajería | Pintura, revest., y decoración. | Artículos eléctricos | TOTAL |
|--------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------|
| M. Central | 13 | 5 | 1 | 7 | 13 | 8 | 47 |
| M. Occid. | 12 | 4 | 0 | 7 | 3 | 4 | 30 |
| M. Oriental | 9 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 18 |
| Riotorto | | | | 1 | | | 1 |
| TOTAL | 34 | 13 | 2 | 17 | 18 | 12 | 96 |
| Lugo | 85 | 32 | 18 | 51 | 29 | 55 | 270 |
| Galicia | 338 | 319 | 104 | 331 | 197 | 172 | 1.461 |

Como se puede comprobar en el gráfico, son las comarcas de A Mariña Central y A Mariña Oriental, las que concentran un mayor número de empresas de reparaciones en el hogar, aglutinando entre las dos el 91% del total. En cuanto a su distribución territorial por ayuntamientos, Burela, Foz, Ribadeo y Viveiro son los municipios donde se concentra una mayor densidad de empresas de reparaciones, con más de 10 empresas cada uno.

En cuanto a la distribución por actividad, los gremios que agrupan a un mayor número de empresas en la zona son electricidad (34), pintura (18) y carpintería (17).

Por lo que respecta a la condición jurídica, forma más numerosa entre las empresas de reforma es la de autónomo, con un 62,5%, seguido por la de sociedad limitada, con un 30,2%.

En cuanto al empleo, el número medio de empleados se suele situar entre uno y cinco en cualquiera de las actividades.

El volumen de facturación de una empresa de reparaciones del hogar depende de factores como la actividad, el número de empleados o la cartera de servicios.

5. ¿Quiénes son los clientes de las empresas de reparaciones en el hogar?

La cartera de clientes para empresas dedicadas a las reparaciones la constituyen varios colectivos. En una primera clasificación, cabe diferenciar entre cliente particular y cliente industrial. En el primer grupo, se incluyen los propietarios de viviendas y las comunidades de vecinos; dentro del segundo, se encuadra tanto el cliente final (oficinas, establecimientos de hostelería, comercios, etc.), como empresas intermediarias que facilitan el servicio a clientes propios (compañías aseguradoras, administradores de fincas o gestorías que actúan en nombre de comunidades de vecinos, empresas de reformas, decoradores, etc.) o empresas fabricantes de electrodomésticos, entre otros. Estos últimos grupos de clientes son ciertamente interesantes pues pueden ser una continua fuente de trabajos para la empresa.

La relación entre un fabricante de electrodomésticos y un servicio técnico oficial (también hay empresas que atienden la misma demanda de servicios pero sin poseer esa certificación), se establece a través de un contrato, en el que se fija el ámbito de exclusividad, que dependiendo de la firma, puede ser provincial o local.

También es frecuente encontrar como cliente otras empresas del ramo, que recurren a la subcontratación como complemento para atender demandas puntuales de servicios que no forman parte de su cartera de productos (es el caso de las reparaciones de electricidad por parte de empresas de fontanería) o para cubrir un exceso de demanda de su propia actividad en momentos puntuales.

En cuanto a los aspectos más valorados por la clientela, los profesionales contactados han destacado la premura en la prestación del servicio para aquellos casos en los que la situación lo exige, así como la profesionalidad y la formalidad. Otros aspectos que se pueden destacar son la calidad del acabado y el precio.

6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de reparaciones en el hogar?

Según se desprende de las entrevistas realizadas para la elaboración de este estudio, las empresas de reparaciones en el hogar tienen, habitualmente, un ámbito de actuación local que, no obstante, puede ampliarse a la comarca e, incluso, a la provincia en el caso de empresas de cierta dimensión.

En cuanto a los entornos en los que se ubican las empresas, concretamente podemos identificar dos:

- Entorno 1: Entorno urbano: el ámbito de influencia del negocio es local.
- Entorno 2: Entorno rural: el ámbito de influencia del negocio afecta a la población y se extiende a las poblaciones vecinas sobre las que la primera ejerce cierta atracción.

Independientemente de cuál sea la actividad de tu empresa, debes tratar de obtener información relativa a la demanda de tus servicios y a la oferta de empresas que hasta el momento la atienden, con el fin de conocer en profundidad cual es el mercado de la zona.

Con relación a la demanda es necesario localizar datos relativos al número y tipo de reparaciones realizadas, así como la media de su gasto en este concepto. Para obtener esta información, puedes consultar a empresas intermediarias (aseguradoras, empresas de reformas, estudios de decoración, etc.) e intentar estimar el volumen de negocio que están generando para las empresas de la zona la evolución del mercado y en qué áreas presenta mayor crecimiento. También puedes recurrir a la realización de una pequeña encuesta a particulares para recabar una información complementaria más completa. Puedes preguntarles sobre las últimas reparaciones realizadas, en qué consistió el trabajo, los precios y otras cuestiones como los plazos de realización, el modo de contactar con la empresa, la satisfacción con el servicio realizado, etc.

Por su parte, en cuanto a la oferta, debes buscar información relativa a:

- Número de empresas que operan dentro del sector y de tu actividad concreta en tu área de influencia.

- Perfil de estas empresas (ubicación, ámbito territorial, áreas de actuación, tipo de clientes, etc.)

Esta información se puede conseguir por medio de la consulta a directorios locales y sectoriales y entrevistas a empresas intermediarias y proveedores.

7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?

| AMENAZAS | OPORTUNIDADES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> > Entrada de nuevos competidores con amplia gama de servicios. > Competencia por precio. > Fácil entrada de nuevos competidores. | <ul style="list-style-type: none"> > Sector en alza. > Buena evolución de la construcción. > Sector emergente en la zona. |
| PUNTOS FUERTES | PUNTOS DÉBILES |
| <ul style="list-style-type: none"> > Servicio urgente bien valorado, no discutido. > Posibilidad de crecimiento vía colaboración con trabajadores autónomos en exclusiva o compartidos. | <ul style="list-style-type: none"> > Sector atomizado. > Carencia de opciones formativas, dependencia de otros profesionales para formarse en algunas especialidades. > Deficiente gestión empresarial. > Estacionalidad de la demanda. > Mala imagen del sector. > Mayores costes relativos de algunos trabajos por su menor dimensión. |

8. ¿Cómo competir en el mercado?

La definición de la cartera de productos constituye una decisión estratégica de gran importancia, ya que en basándote en ella podrás diferenciarte de la competencia.

Relacionamos, a continuación, los servicios de reparaciones más frecuentemente demandados a las empresas por ramo de actividad:

- Empresas de cerrajería: Apertura de puertas por olvido de llaves. Apertura de vehículos. Cambios de cerraduras.
- Empresas de pintura: Repaso de zonas de humedades, roturas, arreglos de albañilería, etc.
- Empresas de electricidad: Cambio de enchufes quemados. Cambios del cableado.
- Empresas de arreglo de electrodomésticos: Arreglos de todo tipo de electrodomésticos: cocinas, hornos, lavadoras, etc.
- Empresas de calefacción: Arreglo de calderas.
- Empresas de fontanería: Reparación de tuberías. Cambios de la grifería. Roturas.

Además de los servicios indicados, es habitual que las empresas añadan otros a mayores como pueden ser venta (de duplicados de llaves, electrodomésticos, piezas o repuestos, etc.) o instalación (de electrodomésticos, instalaciones eléctricas, de calefacción, de agua caliente sanitaria), etc.

La competencia que puedan ofrecer en este caso productos sustitutivos viene de la mano del propio interesado que, en momentos puntuales, decide acometer por su cuenta el trabajo de reparación.

La fijación de precios por trabajo realizado varía en función del ramo y, en ocasiones, del cliente. Así, cuando el trabajo viene de una compañía aseguradora o de una marca de electrodomésticos, tanto el precio final para el consumidor como el importe que se pagará al profesional está definido por ellas. En el caso particular de los servicios técnicos de electrodomésticos, el precio es diferente según el aparato se encuentre en garantía o no esté en garantía.

Habitualmente, excepto para reparaciones de cierta envergadura, no se entrega presupuesto previo por escrito, aunque el cliente puede exigirlo. Lo normal, en todo caso, es que se oriente al cliente sobre lo que puede suponerle, pero sin compromiso de precio cerrado.

9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?

Las empresas recurren a diferentes medios para darse a conocer entre sus potenciales clientes. Los más frecuentes son: presencia en directorios sectoriales y generalistas; buzoneo; anuncios en prensa local y comarcal; rotulación de vehículos; ropa de trabajo rotulada y tarjetas de visita.

En cualquier caso, todos los profesionales han coincidido al señalar el boca a boca como la herramienta más importante y eficaz para llegar a sus clientes. Para ello es determinante ofrecer un servicio de calidad, circunstancia también apuntada por los profesionales consultados.

10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de reparaciones en el hogar? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?

Al inicio de la actividad se deberá hacer frente a la inversión en aquellos elementos de patrimonio destinados a servir de forma duradera, en la actividad de la empresa. Entre las partidas más importantes destacamos: acondicionamiento del local, mobiliario, herramientas de mano y utillaje, elementos de transporte, equipos para procesos de información, stock de arranque y gastos de constitución y primer establecimiento.

Las características de las instalaciones varían considerablemente, tanto por el tipo de actividad como por la dimensión o planteamiento del negocio. Es frecuente que los profesionales autónomos no dispongan de un local específico para el desempeño del trabajo, aunque en conformidad con una normativa reciente de la Xunta de Galicia están obligados a tener un almacén para materiales y herramientas. Cuando se trata de empresas con una plantilla más amplia de trabajadores, todas cuentan con un local destinado a oficinas y almacén. También requieren un local de atención al público aquellos negocios que compaginan la actividad de reparación con otras, como es el caso de venta de electrodomésticos o repuestos, duplicado de llaves, venta de suministros de baño, etc.

En cuanto a los gastos, nos referimos a los desembolsos necesarios para el ejercicio de la actividad. Durante un cierto tiempo, es posible que los ingresos no compensen los gastos, por lo que deberás hacer una previsión sobre el número de meses que puede producirse esta situación y contar con fuentes de financiación suficientes para afrontarla.

Entre las partidas más relevantes podemos señalar: gastos de personal, alquiler local, suministros, comunicaciones, publicidad, material oficina, servicios de profesionales independientes, uniformes, primas de seguros, gastos financieros y amortizaciones.

11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?

Nos encontramos en este sector con diversas estructuras organizativas, condicionadas básicamente por la dimensión de la plantilla. El colectivo de empresas unipersonales es abundante y en ellas el profesional concentra todas las funciones de la empresa, si bien en estos casos su labor se centra principalmente en la realización del servicio de reparación. Conforme aumenta la plantilla aparecen otras figuras (personal de obra y de oficina) para el desempeño de las funciones administrativas, técnicas y comerciales.

Para algunas de las profesiones aquí contempladas no se requiere cualificación específica, sino que los conocimientos para el desarrollo de la actividad se adquieren con experiencia, habitualmente trabajando y aprendiendo de la labor de otros profesionales, en otros trabajos por cuenta ajena. En este grupo se incluirían las profesiones de pintor y cerrajero, quienes en ocasiones pueden realizar cursos de capacitación organizados por el INEM o empresas privadas. Para otras profesiones, el personal cuenta con estudios de FP, aunque no es requisito imprescindible para el desempeño de la actividad.

Sí se exige, en algunos casos, una certificación especial. Así los profesionales de fontanería, calefacción y electricidad (al menos uno en la empresa) deben estar en posesión del Carné de Instalador de Fontanería, Instalador de Calefacción y Agua Caliente Sanitaria o Instalador Electricista, respectivamente, expedidos por la Conselleria de Comercio, Industria e Innovación y que exige aprobar un examen previo tras un cursillo de capacitación obligatorio en el caso de calefacción. Estos carnés deben ser renovados periódicamente conforme a la normativa vigente.

12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?

Existen un gran abanico de ayudas que pretenden facilitar el camino del emprendedor ofrecidas por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, IGAPE e ICO.

Entre los programas de ayuda que coordina la Dirección General de Empleo destacamos los apoyos a la contratación por cuenta ajena y el fomento del autoempleo y la economía social.

El IGAPE por su parte ofrece una amplia oferta de programas y ayudas entre los que podemos destacar:

- Programa emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante el apoyo en la elaboración de planes de empresa, concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, servicios de tutoría.
- Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos (pequeño volumen)

El ICO ofrece financiación en condiciones preferentes para las inversiones en activos fijos productivos por parte de las PYMES y también concede microcréditos para la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas.

13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?

- Portal del sector: www.caloryfrio.com
- Página de intercambio de productos y materiales entre profesionales del sector de la construcción, entre otros: www.acambiode.com
- Ministerio de Medio Ambiente: www.mma.es
- Consellería de Innovación, Industria e Comercio: www.xunta.es/conselle/in
- Consellería de Medio Ambiente: www.xunta.es/conselle/ma
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: www.xunta.es/conselle/as
- Confederación de Empresarios de Galicia: www.ceg.es
- Confederación de Empresarios de A Coruña: www.cec.es
- Confederación de Empresarios de Lugo: www.celugo.es
- Confederación de Empresarios de Pontevedra: www.cep.es
- Confederación de Empresarios de Ourense: www.ceo.es
- Unión General de Trabajadores: www.ugtgalicia.org
- Comisiones Obreras: www.galicia.ccoo.es
- Confederación Intersindical Galega: www.galizacig.com
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Vigo y Mancomunidad: www.ajevigo.es
- Asociación de Jóvenes Empresarios Marineda: www.amje.org
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Pontevedra: www.adosnet.com/aje
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (BIC Galicia): www.bicgalicia.es
- Portal para emprendedores: www.emprenderengalicia.org
- Seniors Españoles para la Cooperación Técnica: www.secot.org

- Portal para emprendedores: www.emprendedores.es
- Portal para emprendedores: www.soyentrepreneur.com
- Registro Mercantil Central: www.rmc.es
- Dirección General de Política de la Pyme: www.ipyme.org
- Instituto de Crédito Oficial: www.ico.es
- Axencia Galega de Desenvolvemento Rural: <http://agader.xunta.es/>
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Instituto Galego de Estatística: www.ige.xunta.es
- Instituto Nacional de Consumo: www.consumo-inc.es
- Instituto Galego de Consumo: www.xunta.es/igc

14. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

Juan José Ramudo Otero, Técnico de Empleo do Concello de Ouro.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004