

Monta una empresa de reformas desde Construir un

una inversión de 12.000 euros buen negocio



Las empresas de reformas son, en este momento, un negocio rentable gracias al 'boom' que vive el sector de la construcción.

Si quieres entrar en este negocio, tendrás que desplegar todas tus dotes organizativas para abrirte hueco en un sector donde existe una gran variedad de oferta, pero también una demanda cada vez mayor de estos servicios.

En los últimos años el sector de las reformas ha evolucionado. Atrás quedaron los profesionales independientes que ofrecían de forma exclusiva los servicios propios de su oficio, dejando paso a empresas que gestionan reformas integrales para todo tipo de clientes. Además, el negocio está aprovechándose del auge que vive el sector de la construcción. Rehabilitación de viviendas de segunda mano, de locales comerciales,

de empresas... el negocio abarca una clientela y un servicio muy amplio por lo que, si quieres encontrar tu hueco, deberás adecuar tu oferta a las necesidades del segmento de mercado al que te diriges. **Alberto del Solar** empresario de Geype (www.reformas24h.com), comenta que ellos intentan "enfocar el negocio hacia particulares. Son más rentables. Las empresas suelen hacer encargos más puntuales, de menor valor y en plazos de tiempo muy cortos, a lo que hay que añadir el valor del tiempo empleado por el operario en su desplazamiento".

En líneas generales, las expectativas del sector son optimistas aunque hay opiniones de todo tipo. Algunos coinciden en que el negocio no atraviesa su mejor momento debido, sobre todo, al intrusismo surgido en los últimos años. **Juana Tapia**, administradora de Saneamientos FM (www.sfmreformas.com), explica que "hay mucho intrusismo en el mercado y empresas con las que no ➤

Una clave: la imagen

Internet, buzoneo, anuncios en revistas, serigrafía en los vehículos de la empresa... la publicidad es imprescindible para hacer funcionar este tipo de negocios. Y, sin duda, el boca a oído es la fórmula estrella de captación de clientes ya

que, si trabajas bien y cumples los plazos estipulados, la mayoría de ellos te llegarán por este modo. Sin embargo, no debes descuidar otros métodos publicitarios, ya que son imprescindibles para consolidarte. Juana Tapia explica que "a través

de Internet se captan muchos clientes: de cada cuatro, uno viene a través de la tienda física y los otros tres por la Red. Internet supone una gran ventaja porque rompe las barreras geográficas y también las provocadas por el nivel adquisitivo".

En busca del local adecuado

Inicialmente, en este negocio tienes dos opciones: realizar sólo reformas o, además, comercializar los productos que utilizas en las mismas (azulejos, tarimas...). Si sólo prestas el primer servicio, puede bastarte con una pequeña oficina que, según recomienda

Alberto del Solar, es mejor que esté en un polígono industrial: "así no será necesario tener a alguien de forma permanente en ella y permitirá ahorrar tiempo, por la cercanía con los proveedores, y dinero, porque el alquiler es más barato". Si vendes materiales, necesitarás un

local de unos 90 m². Víctor Blanco explica que "debe tener el mayor número de expositores posible, ya que el cliente suele ser más receptivo que con los catálogos". En ambos casos es necesario un almacén de unos 40 m² para guardar el material y utensilios para las obras.

Profesionalidad, la llave del éxito

Para triunfar en este negocio debes rodearte de buenos profesionales. Por ello, antes de iniciar la actividad empresarial tienes que conseguir una cartera de colaboradores cualificados que respondan a tus necesidades. Lo habitual en el sector, sobre todo al ini-

ciar la actividad, es subcontratar el mayor número de servicios posibles. Alberto del Solar comenta que "es mucho más cómodo y ágil subcontratar, aunque hay que tener en cuenta que es menos rentable porque el margen que obtienes es menor. Sin embargo, en

ocasiones, se compensa con la rentabilidad que supone que el servicio sea más rápido". En cualquier caso no hay que olvidar que la mano de obra es la inversión más elevada que tendrás que realizar. Fernando Calvo, director del Gabinete Técnico de

Publicaciones del Colegio de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Guadalajara, explica que "el precio de la mano de obra varía mucho en las distintas Comunidades Autónomas. En general es alto en el norte (Cataluña y País Vasco), estando

Extremadura en el extremo opuesto. Por ejemplo, un albañil en Cataluña, donde escasea la mano de obra, puede cobrar unos 2.100 euros, mientras que en Extremadura, donde la mano de obra es más abundante, cobra alrededor de 900 euros".

Inversión mínima necesaria

Para iniciar la actividad empresarial tendrás que realizar, como mínimo, las inversiones que te detallamos a continuación. No olvides que tendrás que contar, además, con un colchón financiero para cubrir los gastos de personal, publicidad, luz, agua...

Gastos de primer establecimiento (gastos de constitución de la SL + trámites administrativos)	3.305 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	3.606 euros
Reforma y mobiliario	7.212 euros
'Stock' expositores	3.005 euros
TOTAL	17.128 euros

Perfil del negocio

En nuestro supuesto, el emprendedor iniciará la actividad empresarial aportando un capital de 24.024 euros, para contar con un pequeño colchón financiero que le ayude a sobrevivir los primeros años de vida de la empresa. Se establecerá en un barrio de poder adquisitivo medio, alquilando un local a pie de calle. La empresa alcanzará el punto de equilibrio el tercer año de vida.

Gastos de personal

La mayor inversión que tendrás que realizar irá destinada a esta partida. En nuestro supuesto tenemos contratado, además del empresario, a un albañil con conocimientos de fontanería y a un peón. El resto de servicios se subcontratan. Víctor Blanco comenta que "para iniciar la actividad basta con tener en plantilla una cuadrilla de albañiles y otra de pintores. En cuanto a los sueldos, un oficial cobra en torno a los 13 euros/hora y un peón unos nueve, aunque varía en cada comunidad". Juana Tapia aconseja "contratar a los profesionales necesarios por obra y servicios para no tenerlos que mantener en plantilla. Además se necesita un trabajador que atienda la tienda, haga los presupuestos y lleve la contabilidad". Alberto del Solar añade que "lo ideal es subcontratar la albañilería porque en esa partida apenas se obtiene margen".

Resultados

Dependiendo de la ubicación de tu establecimiento, tendrás meses con más y menos ventas. "En ciudades como Madrid, se consume más en invierno porque con el calor la gente se va de vacaciones y se nota mucho el descenso de población. Sin embargo, los negocios ubicados en zonas turísticas tienen mayor volumen de ingresos en las épocas estivales", comenta Pablo López. No obstante, no todas las opiniones coinciden, para Carlos Orio "los ingresos son constantes durante todo el año, aunque en verano bajan un poco".

El primer ejercicio en cifras

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Prestación de servicios	4.808	5.710	5.860	6.010	7.212	7.513	8.114	9.015	8.715	9.015	8.114	7.212	87.297
Compra material obras	1.202	1.427	1.465	1.503	1.803	1.878	2.028	2.254	2.179	2.254	2.028	1.803	21.824
Alquiler oficina	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	14.424
Servicios Exteriores	240	571	879	841	1.082	601	811	902	1.046	1.352	406	541	9.272
Gastos de Personal	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	3.759	45.110
Otros Gastos	902	902	902	751	751	751	691	691	691	691	601	601	8.925
Dotación para amortización (17.429 euros)	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	1.452
RESULTADOS	-2.618	-2.272	-2.468	-2.167	-1.506	-800	-499	87	-283	-364	-4	-815	-13.711
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería		14.761	13.743	12.549	11.528	11.457	12.128	1.909	3.648	4.980	6.123	7.663	
COBROS													
Prestación de servicios	5.577	6.623	6.797	6.972	8.366	8.715	9.412	10.458	10.109	10.458	9.412	8.366	101.265
Capital	30.051												30.051
TOTAL COBROS	35.628	21.384	20.541	19.520	19.894	20.172	21.540	12.367	13.757	15.438	15.535	16.029	131.315
PAGOS													
Reforma y mobiliario	8.715						8.715						17.429
Stock expositores	3.606												3.606
Compra material obras	1.394	1.656	1.699	1.743	2.092	2.179	2.353	2.614	2.527	2.614	2.353	2.092	25.316
Servicios Exteriores	240	571	879	841	1.082	601	811	902	1.046	1.352	406	541	9.272
Gastos de Personal	2.404	3.310	3.310	3.455	3.310	3.310	5.859	3.310	3.310	3.455	3.310	3.310	41.655
Alquiler oficina	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	1.202	14.424
Otros Gastos	902	902	902	751	751	751	691	691	691	691	601	601	8.925
Fianzas Constituidas	2.404												2.404
TOTAL PAGOS	20.867	7.641	7.992	7.992	8.437	8.043	19.631	8.719	8.777	9.314	7.872	7.746	123.032
SALDO TESORERÍA	14.761	13.743	12.549	11.528	11.457	12.128	1.909	3.648	4.980	6.123	7.663	8.283	8.283
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
ACTIVO													
Inmovilizado	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	17.429	
Amortización Acumulada para inmovilizado	-121	-242	-363	-484	-605	-726	-847	-968	-1.089	-1.210	-1.331	-1.452	
Hacienda, IVA soportado	192	421	655	896	1.184	1.484	1.809	2.170	2.518	2.879	3.203	3.492	
Fianzas Constituidas	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	2.404	
Stock expositores	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	3.606	
Caja y Bancos	14.761	13.743	12.549	11.528	11.457	12.128	1.909	3.648	4.980	6.123	7.663	8.283	
TOTAL ACTIVO	38.272	37.361	36.280	35.379	35.475	36.326	26.311	28.288	29.848	31.231	32.974	33.762	
PASIVO													
Capital	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	30.051	
Proveedores	8.715	8.715	8.715	8.715	8.715	8.715	0	0	0	0	0	0	
Resultado Ejercicio	-2.618	-4.891	-7.358	-9.526	-11.032	-11.832	-12.331	-12.245	-12.528	-12.892	-12.896	-13.711	
Personal, SS y Hacienda Remuneraciones	954	1.002	1.051	954	1.002	1.051	954	1.002	1.051	954	1.002	1.051	
Pendientes de Pago	401	801	1.202	1.603	2.003	2.404	401	801	1.202	1.603	2.003	2.404	
Hacienda, IVA repercutido	769	1.683	2.620	3.582	4.736	5.938	7.236	8.679	10.073	11.515	12.814	13.968	
TOTAL PASIVO	38.272	37.361	36.280	35.379	35.475	36.326	26.311	28.288	29.848	31.231	32.974	33.762	

Prestación de servicios

Los profesionales del sector coinciden en que los ingresos no siguen unas pautas fijas. No obstante, Víctor Blanco comenta que "para reformas en viviendas los meses con mejores ingresos suelen ser de febrero a agosto, y los períodos con menos se centran en el invierno. Sin embargo, en el caso de los locales y las oficinas no existe ningún tipo de regla, cualquier época del año es buena". Juana Tapia añade que "antes se solían hacer reformas en verano aprovechando las vacaciones pero ahora el sector está cambiando y, además de no seguir una tendencia lógica, cualquier situación que afecte la economía puede cambiar la tendencia de las ventas".

Reforma y mobiliario

Dentro de esta cuenta incluimos la reforma del local, así como la compra del material necesario para la realización de las obras. Costará entre 1.800 y 2.400 euros dependiendo de los servicios que vayamos a ofrecer, ya que el personal subcontratado suelen utilizar su propia maquinaria. La reinversión no será muy elevada, y se determinará por el extravío y rotura puntual de utensilios. En este punto también se incluye la compra de vehículos necesarios, así como el material de oficina (ordenadores, mesas...). Existen programas informáticos específicos para la elaboración de presupuestos, sin embargo es suficiente un programa de ofimática y otro de contabilidad en el supuesto de que la lleves tú mismo. Los expositores se ubican en la cuenta 'Stock expositores' ya que se consideran como existencias y no como inmovilizado.

Inversión mínima necesaria

La inversión mínima dependerá, sobre todo, del local y del lugar donde te establezcas. Si no necesitas hacer reforma, la cantidad inicial puede estar entre los 12.000 y los 18.000 euros. Parte de esa inversión irá destinada a los expositores de materiales que tendrás en la tienda. Víctor Blanco señala que "contar con 3.000 euros de muestrario inicial es suficiente". Juana Tapia añade que "lo normal es que hasta que no llevas un tiempo trabajando con las casas, éstas no suelen hacerte descuentos. Para empezar no es necesaria una gran inversión, ya que puedes usar catálogos para atender a la clientela pero una vez que estés asentado en el mercado lo normal es tener un muestrario por un valor de unos 12.000 euros".

CONCEPTOS CONTABLES

Antes de iniciar la actividad, debes decidir la forma jurídica que vas a adoptar. Si eliges una sociedad, tributarás por el Impuesto de Sociedades. Pero no es la única posibilidad. Lo más común es empezar como persona física y tributar por el Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas. En este caso, puedes optar entre varios métodos para obtener el rendimiento o benefi-

cio empresarial, dependiendo del tipo de actividad y de determinados requisitos como el número de trabajadores: **Estimación Objetiva.** Se tributa en función de una base imponible, es decir, un beneficio que depende de determinadas variables fijadas según la actividad de la empresa. Por ejemplo, si una variable es el número de trabajadores y la empresa tiene dos, tendrá

que incluir en la base imponible la cantidad que determine la Ley por cada uno. Muchas actividades relacionadas con la construcción pueden optar a este tipo de tributación que interesa, sobre todo, a empresas más consolidadas, ya que su base imponible de tributación es siempre la misma independientemente del volumen de ingresos que tengan. Si se superan

ciertos valores habrá que tributar con la Estimación Directa Simplificada. **Estimación Directa Simplificada.** La base imponible se calcula igual que en la Estimación Directa Normal, con la diferencia de que no se pueden hacer provisiones y que se establece un porcentaje de gasto adicional para aquellos de difícil justificación. Esta opción interesará a los profesionales que aca-

ban de iniciar la actividad ya que su volumen de ingresos no será lo suficientemente elevado. En el supuesto de que se superen determinados volúmenes de facturación, habrá que pasar a la Estimación Directa Normal. **Estimación Directa Normal.** Es la opción más restrictiva de las tres. El beneficio se calcula restando a los ingresos los gastos de la empresa.

➤ se puede competir porque abaratan demasiado los precios, lo que muchas veces va unido a una falta de profesionalidad. Algo que está dañando considerablemente la imagen del sector". Pero a pesar del intrusismo, éste sigue siendo un negocio rentable si consigues abrirte hueco. Te contamos algunas pautas que pueden servirte de ayuda: **Amplía tu oferta.** Diferénciate de la competencia ofreciendo servicios comple-

mentarios que aporten valor añadido y atraigan a la clientela. Por ejemplo, puedes incluir en tu oferta la contratación de la limpieza de la obra una vez se haya finalizado la misma. Otro servicio adicional que puedes ofrecer a tus clientes, según Juana Tapia, "es la posibilidad de que un decorador profesional les asesore. Para ello, sólo tendrás que tener un contacto en tu cartera de profesionales". ➤

Servicio 24 horas

En este sector, en el que se tiende a ofrecer un servicio integral a la clientela, han proliferado las empresas que ofrecen trabajos puntuales de todo tipo de profesionales. Edgardo Castellano, socio gerente de la empresa Global Trunking Group (www.urgencias24h.net) comenta que "viendo las necesidades del mercado decidí montar el negocio y en nuestro año de vida hemos evolucionado de ofrecer unos servicios integrales hasta incorporar uno de urgencias las 24 horas del día durante todo el año, tanto para particulares como para empresas". La particularidad de este negocio es que se especializa en procurar toda clase de servicios relacionados con las reformas cualquier día del año y sin importar que sea o no un encargo

considerable. Castellano explica que "es un negocio rentable que no requiere una gran inversión inicial. Además, se puede intentar innovar ofreciendo, por ejemplo, servicios garantizados al cliente por una pequeña cuota mensual. Ésta es una fórmula muy aceptada, sobre todo, por las empresas".



Edgardo Castellano, socio gerente de la empresa Global Trunking Group.

Algunos consejos para entrar en el mercado

Página en Internet.

Según explica Edgardo, en este negocio es fundamental invertir en publicidad para asegurar el éxito de la empresa. Y la forma más efectiva y rápida de llegar al cliente es a través de Internet. Para crear tu página web, escoge un diseño moderno e inscríbete en todos los buscadores.

Buenos profesionales.

Es imprescindible que cuentes con una cartera de buenos profesionales. Si pretendes ofrecer tus servicios en otras áreas geográficas, puedes asociarte con empresas de reformas y profesionales del lugar.

Líneas telefónicas.

Necesitarás varias líneas telefónicas y sus corres-

pondientes telefonistas que gestionen las solicitudes y busquen los profesionales necesarios. Si esta opción te resulta cara, puedes subcontratar la atención telefónica.

Rapidez y eficacia.

Dado el carácter de urgencia de un servicio 24 horas, una de las características más valoradas por la clien-

tela será la rapidez con la que los operarios acudan y la eficacia con la que resuelven la incidencia.

Diversifícate.

Si no tienes claro qué servicios ofrecer, empieza por los que conoces y adapta la oferta a las necesidades del mercado. Observar a tus competidores puede orientarte a la hora de elegir.

La profesionalidad de los trabajadores es determinante para triunfar en el negocio

► Determinar el precio adecuado.

Una de las partes más complicadas del negocio es determinar los precios de venta al público. Alberto del Solar comenta que "si no conoces el sector, lo más fácil es pedir varios presupuestos en distintas empresas para comprobar cómo está el mercado". Otras empresas se guían por el *Libro de Precios de la Construcción* del Colegio de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Guadalajara, que ofrece la media nacional. **Fernando Calvo**, director del Gabinete Técnico de Publicaciones del Colegio aconseja en el caso de las reformas "incrementar en determinadas partidas entre un 20% y un 30% los precios que aparecen en la

publicación, ya que los datos que dan son para la construcción nueva".

Atención al público. El asesoramiento y la amabilidad a la hora de tratar con el cliente son claves fundamentales para que éste quede satisfecho y el boca a oído empiece a funcionar. **Victor Blanco** encargado de Reformas Egreso (www.egreso.es) explica que "aparte de la seriedad en el trabajo, es imprescindible mantener un buen trato con los clientes".

La información, tu mejor aliada. "Realizar contratos con los clientes en los que se detallan materiales, plazos y precios te evitará posibles problemas. No sólo porque de cara al cliente supone una garantía, sino porque así no hay posibilidad de

que se produzcan abusos por ambas partes", comenta Alberto del Solar. La falta de información puede generar desconfianza en la clientela y ésta, repercutir de forma negativa en tu negocio.

Organización y coordinación. Para rentabilizar al máximo cada encargo, te interesa hacer las obras lo más rápido posible y, para ello, es imprescindible que tengas una buena organización y planificación del trabajo. Alberto del Solar comenta que "sale rentable hacer una obra rápida y para ello hay que emplear tiempo cada semana en organizar: determinar cuándo va a ir cada profesional, evitar tener trabajadores parados, controlar los plazos de entrega de materiales, etcétera".

Recícate. Incluye en tu oferta de materiales y reformas integrales las últimas novedades del mercado, aconseja a los clientes y, sobre todo, nunca digas que no aceptas un encargo por muy extravagante que sea lo que te están pidiendo. Para asesorarte y mantener tu empresa a la última puedes acudir a ferias especializadas, leer revistas de decoración, observar a la competencia...

Celia García

Emprendedores 'on line'

En nuestra página 'web' www.emprendedores.es puedes descargar en formato PDF los planes de negocio que hemos publicado en números anteriores: 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, herbolario, bar de copas, autoescuela, consultora de Internet, guardería, tienda de vinos, administradora de fincas, panadería, parafarmacia y despacho de abogados.