

TALLER DE REPARACIÓN DE CALZADO

Rapidez de servicio y atención eficaz al cliente como fórmula de éxito

1. El negocio

La actividad que desarrolla un rapidillo o taller de reparación de calzado consiste en arreglar de forma artesanal o con maquinaria especializada todo tipo de defectos, desperfectos y deterioros que, debido al uso, han aparecido en calzado (pilis, tapas, piezas, estrechamientos y ensanchamientos, teñidos, cremalleras, etc.), complementos y artículos de piel. Se trata de un negocio cuyos clientes potenciales serán todas las personas que residan o transiten habitualmente por la zona de influencia del local y que demanden alguna reparación para su calzado, bolsos, cinturones, carteras de piel, monederos, billeteros etc.

Tanto los maestros zapateros como los dedicados a la reparación del calzado usado han ido desapareciendo desde la Revolución Industrial hasta nuestros días al ir sustituyéndose el trabajo manual por maquinaria. Además, la población, a medida que mejoraba su condición económica, progresivamente ha tendido a efectuar la sustitución de los zapatos en vez de repararlos. A pesar de todo, siempre ha existido un nicho de mercado para aquellos profesionales que han sabido adaptarse tanto a las necesidades demandadas por los clientes como a los avances tecnológicos de esta actividad. En el fondo, siempre va a existir un porcentaje significativo de la población que estará dispuesta a mantener el calzado en buenas condiciones de uso y a alargar, así, su vida útil. Además, hay que tener en cuenta que este tipo de negocios se ven bastante afectados por la marcha de la economía, ya que en las épocas de crisis, se incrementa el volumen de facturación en detrimento de la propia venta de calzado nuevo. El saber adaptarse a la evolución del mercado es clave en la supervivencia de un negocio que presenta una serie de oportunidades que se pueden aprovechar si se conoce bien el negocio (p.e. por haber trabajado antes en el sector), se sabe atender de forma adecuada a los clientes y se tiene una firme vocación de empresario.

Dentro de las pautas de actuación recomendables a seguir por este tipo de negocio destacan la adaptación de la oferta a las demandas de los clientes (reparación de calzado de todo tipo, bolsos, cinturones, etc.), la rapidez en el servicio, la preparación del personal para asesorar a los clientes, la elección adecuada de los proveedores (en cuanto a la calidad de los materiales), el conocimiento de todo tipo de productos para la limpieza y mantenimiento del calzado, la posibilidad de diversificar el negocio (copias de llaves, telemandos, etc.), la venta de productos accesorios (tintes, cremas, plantillas, cordones, etc.), etc. Resulta de esencial importancia ofrecer un buen servicio que permita fidelizar a los clientes, teniendo en cuenta que la mejor forma de captarlos es el boca a boca que transmiten las personas que se encuentran satisfechas por el servicio y el trato recibido.

2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para un taller de reparación de calzado resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería.



La ubicación del local es fundamental dependiendo de ella el volumen de ventas en gran medida. Por ello, esta debe situarse en una zona residencial donde no exista competencia cercana o en lugares de gran tránsito, como centros comerciales y sus inmediaciones o calles comerciales o peatonales. La superficie mínima recomendada para este negocio es de unos 30 m² que incluirán zonas de atención al público y de trabajo, un almacén y un aseo. El acondicionamiento del local, tanto el externo (escaparate, rótulos, cierres, etc.) como el interno (adecuación para su uso como taller de reparación de calzado) se puede hacer a partir de 6.000 €, cifra que puede reducirse si en el local ya se ha desarrollado esta actividad o una similar.

3. Equipamiento y plantilla

La inversión en equipamiento que incluirá decoración, asientos, mostrador, mobiliario, estanterías, banco de trabajo, máquina de coser, mesa de corte, troqueladora, lijadora, herramientas y utillaje (cuchillas, plancha, tijeras, espátulas, brochas, mazo, martillo, agujas, hormas, fileteadora, etc.), prensa de encolar, máquina de rebajar, etc., supondrá aproximadamente unos 19.000 €. Constituir un stock inicial de artículos consumibles y para la venta (hilos, cintas, colas sintéticas, cueros, tintes, ceras, broches, hebillas, cordones, cremalleras, cajas, bolsas, etc.) va a depender del tamaño del local y de su rotación media y rondará los 1.000 €. Además, será necesario contar con la suficiente liquidez que permita afrontar los gastos que surjan, sobre todo al comienzo del negocio.

Los trabajadores de un taller de reparación de calzado deben ser expertos en lo referente al conocimiento de la actividad (ya sea por formación o por experiencia previa) y deben conocer las prácticas comerciales habituales, de manera que sean capaces de asesorar a los clientes en la prestación del servicio. Un taller de reparación de calzado puede ser atendido en exclusividad por su propietario, que se ha de encargar de las tareas de reparación y venta junto con las propias de la gestión empresarial. De todos modos, el número de trabajadores variará en función del tamaño, de las horas de apertura y de la marcha del negocio. La gestión administrativa se suele subcontratar ya que resulta más barato.

4. La competencia

La composición de la competencia viene conformada no sólo por el conjunto de talleres de reparación de calzado (sobre todo los situados en la zona de influencia), sino también por todos aquellos establecimientos que, normalmente bajo la forma de franquicia, ofrecen una amplia variedad de servicios (reparación de calzado, copia de llaves, fabricación de sellos de caucho, grabación de placas, rótulos, venta de productos relacionados con el calzado como cordones, cepillos, tintes, etc.) en hipermercados y centros comerciales. Aún siendo un mercado consolidado, los expertos auguran un buen futuro para el sector, si se apuesta por la fidelización de los clientes, a través de una adecuada atención y una buena relación calidad-precio.

La estrategia más habitual por la que se suele apostar para competir es la diferenciación a través de la apuesta por la calidad, una atención personalizada, unos productos exclusivos, etc. Un buen objetivo de la empresa debe ser conseguir convertirse en un referente en la zona de influencia en la prestación de este tipo de servicios, lo cual aumentará las posibilidades de éxito. Otra opción es inclinarse por la especialización, en función del tipo de clientes al que se dirige el negocio (público de bajo poder adquisitivo, reparación de calzado de gama alta, etc.) o de las líneas que se ofrezcan (reparación de calzado en exclusiva, copia de llaves, venta de productos de reparación y mantenimiento del calzado, etc.). Finalmente, también se puede optar por una estrategia basada en los precios, ofreciendo artículos de calidad y acordes con el gusto de los clientes a precios competitivos y teniendo en consideración los precios de la competencia.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** El taller de reparación de calzado tiene unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer unos precios más baratos.
- **Diferenciación.** El taller de reparación de calzado oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (calidad, atención personalizada al cliente, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en una o varias líneas de negocio (reparación de calzado, copia de llaves, venta de productos relacionados con la reparación y mantenimiento del calzado, etc.) o en un nicho de mercado (público de bajo poder adquisitivo, reparación de calzado de gama alta, etc.), de modo que el taller de reparación de calzado pueda atender más eficientemente al conjunto de potenciales clientes.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Comercio donde se repara calzado, complementos y artículos de piel de forma artesanal o con maquinaria especializada.
- **Sector:** Comercio.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta en obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 26.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial.
- **Personal mínimo:** El número de personal mínimo para un taller de reparación de calzado será de una persona, variando en función del tamaño, las horas de apertura y marcha del negocio.
- **Formación requerida:** Conocimiento experto de la actividad y sobre técnicas de venta y atención al cliente.
- **Superficie:** Se puede montar un taller de reparación de calzado en locales desde 30 m².

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
3. **Evaluación de Riesgos Laborales (si se contratan trabajadores por cuenta ajena)**
4. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se manejan datos personales**