



Empresa de fabricación de muebles de cocina

Empresa especializada en el fabricación, montaje y reparación de muebles de cocina a medida.

Propuesta de Valor



Este proyecto describe la creación de una empresa dedicada al diseño, fabricación y montaje de cocinas a medida. El diferencial de esta empresa será el de incluir un asesoramiento directo e implicar en el diseño de la cocina al cliente para entregarle un proyecto terminado que se ajuste totalmente tanto a sus necesidades como a sus gustos. Principalmente se trabajará con madera, aglomerados y PVC para la construcción de los muebles, y distintos tipos de maderas y piedras para las encimeras. Si el cliente lo desea, también se puede incluir en sus presupuestos los electrodomésticos, incluyéndose la instalación y puesta en marcha (este servicio se subcontratará en un principio, pero puede ser incluido más adelante). En general este proyecto tendrá como clientes a particulares de todas las edades que deseen adquirir una cocina para su nueva vivienda o para sustituir la anterior. En cualquier caso, también se pueden prestar servicios de diseño, instalación y montaje a otro tipo de clientes tanto públicos como privados.

Se presenta en este caso un proyecto dedicado a la fabricación, venta y montaje de muebles de cocina totalmente acabados, con variedad de modelos y terminaciones. En general se pueden citar los siguientes servicios que se llevarán a cabo por la empresa:

- Análisis de las necesidades del cliente, espacios y usos.
- Diseño y optimización de espacios de cocina y trabajo.
- Fabricación de muebles bajo las especificaciones descritas.
- Montaje de muebles de cocina (elaboración propia o no).
- Asesoramiento sobre electrodomésticos de gama blanca.
- Instalación y puesta en marcha de electrodomésticos.

En este sector, muy ligado a la construcción y reformas en general, las principales líneas a seguir deben basarse en la diferenciación y la calidad del servicio. Para ello pueden seguirse las siguientes estrategias:

- Diseñar el mueble o cubrir el espacio como el cliente lo concibe. La diferenciación por producto a medida constituye una oportunidad frente a la fabricación en serie.
- La cuidada atención al cliente, el asesoramiento profesional, una adecuada relación calidad-precio y la garantía post-venta, lograrán que el negocio adquiera con el paso del tiempo prestigio en su mercado.
- Además de todo ello, es importante en un negocio de este tipo contar con un amplio catálogo de productos.
- Otra línea estratégica a contemplar es la de establecer acuerdos comerciales con otras empresas y profesionales de sectores afines o complementarios.

Las actividades clave estarán relacionadas con la fabricación, montaje, reparación e instalación de cocinas (muebles, encimeras, altillos, ...). Los fabricantes de muebles de cocina tienen una amplia cartera de productos y en constante evolución, ya que no suelen estar especializados. En cualquier caso, mantener actualizado el catálogo de productos es también una actividad clave.

Mercado



El sector de la madera es muy importante en nuestro país por estar formado por muchas empresas y por generar más de cien mil puestos de trabajo. La evolución del mercado español de la madera ha pasado de las aplicaciones a la aportación de estilo, funcionalidad, alto valor añadido e integración de la naturaleza en la vida cotidiana (vertiente ecológica).

El sector se divide, a su vez, en los dos subsectores siguientes:

- Industria de primera transformación (productos intermedios): empresas de tableros y madera.
- Industria de segunda transformación (productos finales): empresas de envases y embalajes, de muebles, carpinterías.

El sector cuenta con alrededor de empresas, fundamentalmente Pymes (Pequeñas y Medianas empresas) de una gran multiplicidad de actividades. El hecho de que su dimensión sea reducida incide notablemente en su flexibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades de los clientes. Se ha dado en el sector un crecimiento sostenido de la facturación en los últimos años del 5%, a la vez que se ha dado una reducción en un similar porcentaje del número de trabajadores, lo que confirma la tendencia del sector hacia una mano de obra cualificada con alto grado de especialización, así como una mayor automatización de los procesos productivos.

Hay que resaltar que Andalucía es una de las comunidades Autónomas que aglutinan a un mayor número de estas empresas, por detrás de Cataluña y la Comunidad Valenciana. Estas tres Comunidades suman un 43% del total de empresas del sector en el territorio español.

Centrándonos en la carpintería de madera, sabemos que ésta genera el 52 % del total de empleo del sector de la madera y del corcho en España y ocupa a más de 50.000 trabajadores. Al igual que para el resto del sector, el mercado de la carpintería de madera está caracterizado por su atomización, es decir, está formado por numerosas empresas de pequeño tamaño.

Otro dato destacable es el hecho de que las carpinterías con bajo nivel tecnológico son las que alcanzan un mayor volumen de producción, lo que pone de manifiesto el carácter atomizado del conjunto del sector maderero español en general y de la carpintería en particular.

Para el análisis de la competencia hay que distinguir distintos tipos principales de competidores:

- Otros talleres de carpintería y ebanistería que realizan servicios similares al nuestro. Son empresas que ya están asentadas en la zona y tienen una clientela fiel.
- Talleres de fabricación de muebles. Su actividad principal consiste en la fabricación y venta de muebles a medida.
- Empresas especialistas en bricolaje. Son empresas (grandes superficies) especialistas en bricolaje, jardinería y decoración. Un sírvase y hágalo usted mismo. Te dan información, formación y te venden los materiales, herramientas y utillaje. Este tipo de establecimientos están creciendo de forma importante por toda Europa.
- Empresas de reformas. Se trata de negocios que, sin ser especialistas, pueden llevar a cabo trabajos muy variados de distintas actividades como electricidad, fontanería, calefacción, carpintería, etc.

En este tema hay que tener en cuenta que el intrusismo de empresas no profesionales, sobre todo en poblaciones pequeñas que se dedican a pequeños trabajos de fabricación y de colocación (suelos, puertas, etc.) se considera un producto sustitutivo de los trabajos que realizan las carpinterías ya que pueden ajustar más los precios.

A la hora de competir es fundamental la calidad que se ofrece al cliente y el cumplimiento de los plazos de entrega. El tener una buena reputación en la zona de influencia es el mejor valor diferencial con la competencia.

Clientes y Canales



Los clientes del negocio de una empresa de fabricación de muebles de cocina pueden ser de diversos tipos, en función del tamaño de la empresa y su inversión en maquinaria y tecnología. Destacamos los siguientes:

- Clientes particulares que solicitan los servicios de un/a especialista que les resuelva la necesidad de un producto concreto o con unas características específicas. Este servicio no lo encuentran en las grandes superficies comerciales o en el comercio minorista del sector. Suelen solicitar desde los servicios más simples, como sustituir una puerta o un cajón, a diseños de cocina muy elaborados.
- Comercio minorista de muebles y decoración. Las empresas que comercializan muebles suelen tener demanda por parte de sus clientes de muebles de cocina y cocinas completas, con unas medidas o características que no son los estándares de los que dispone en su exposición o que pueden pedir a fábrica. Para estos casos, suelen tener un acuerdo con algún profesional que da este servicio. Tener una amplia lista de empresas comercializadoras del sector a las que suministrar este tipo de servicio puede suponer una garantía de trabajo a lo largo del año.
- Pequeñas empresas constructoras, de reformas del hogar y empresas de decoración. Estas empresas o profesionales, dentro de sus proyectos, precisan la realización de un mueble a medida, para lo que utilizan los servicios de empresas de fabricación que gozan de su confianza y con las que tienen acuerdos de colaboración.

Dependiendo del tipo de servicio/producto que se demande los trabajos se realizarán directamente en el domicilio del cliente o en el propio taller.

Plan Comercial



La imagen corporativa se identificará con la filosofía de la empresa la cual se centra en aportar valor a través de la ampliación y la mejora en la calidad de los servicios.

Los elementos utilizados en la empresa tales como folios, carpetas, catálogos, tarjetas de visita, etc., estarán debidamente identificados con la imagen de la empresa, apostando por una fuerte imagen de marca.

En cuanto al plan comercial exterior pasa por las siguientes vías de actuación.

- Marketing one to one, personalización de la oferta y el mensaje de la empresa en función de las necesidades que tenga el/la cliente/a.

- Marketing directo, utilizando los medios publicitarios para realizar acciones directas, en este caso, anuncios en prensa y en revistas especializadas. Estarán dirigidos principalmente a los clientes particulares.

- Marketing indirecto, será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas. Para ello se utilizarán las posibilidades que permiten las redes sociales, blogs,...

- Marketing relacional, a través de las ferias del sector y establecimiento de contactos con empresas del sector.

- Creación de una página web que favorezca la entrada en el mercado y el éxito de la empresa como elemento de reclamo y escaparate publicitario. Además de esto, se convertirá en un elemento con carácter informativo y una vía de contacto entre el/la cliente/a y la empresa. Se podrá solicitar información a través de la web de los distintos servicios que se ofrece al/la cliente/a y que se anunciará en los principales buscadores de internet, como Google.

- Instalación de un rótulo.

- Figuración en guías telefónicas, guías especializadas, bases de datos de webs relacionadas con servicios carpintería, muebles, decoración. Se intentará que la mayoría de estas adscripciones sean gratuitas, intentando pagar por aparecer solo en las bases de datos o listas más importantes.

Este plan se pondrá en marcha antes y durante el primer año de funcionamiento de la empresa y va a suponer un coste inicial importante para lograr introducirse en el mercado de manera rápida.

Perfil y Competencias



Este proyecto resulta idóneo para personas de mediana edad con experiencia anterior en el sector para los oficiales, así como para personas jóvenes sin experiencia pero con ganas de aprender para los peones (aunque se recomienda que estos tengan alguna formación técnica al respecto).

Las competencias clave de la persona emprendedora serán tanto de carácter administrativo (organización del trabajo y del personal), como de carácter técnico: realizar trabajos de carpintería, o aquellos en los que el cliente requiera, ya sean de fabricación o de montaje.

Sería recomendable contar con el certificado de profesionalidad laboral.

Equipo Humano



En este proyecto estamos tratando la creación de una carpintería de reducida dimensión, por lo que el número de empleados no va a ser superior a cinco. La empresa puede estar formada entre 3 y 5 personas, siempre que exista una relación entre oficiales de primera y aprendices.

En cuanto al perfil requerido para los trabajadores, este depende de las tareas que vaya a desarrollar:

Diseñador: Será el responsable de atender a los clientes, recogiendo la información necesaria de sus gustos y el espacio en el que se instalara la cocina, para después plantear los bocetos de esta. Una vez aprobados por el cliente se entregará a los carpinteros para su fabricación y elaboración (puede estar contratado a media jornada).

Carpinteros: serán los encargados de la fabricación de muebles a medida y la instalación de la cocina. Serán también responsables de la supervisión de los trabajos y el control de calidad.

Ayudante/peón: Sus funciones se basan en asistir en el corte, moldeo, ajuste y ensamble de piezas de madera, así como en el montaje en el lugar de la obra.

Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una empresa externa a la que se subcontrate ciertos elementos como encimeras de piedra y electrodomésticos, así como el asesoramiento fiscal, laboral y contable.

En este negocio propondremos, además del gerente del negocio, una plantilla formada por un diseñador un oficial de primera y un aprendiz. Supondremos, por tanto, que la persona emprendedora de este negocio será el que realice las labores de carpintería (oficial).

Generalmente la persona emprendedora se encarga de las labores comerciales y de administración: medición, presupuestos, contratación y diseño del trabajo a realizar. Sin embargo, éstas son tareas que perfectamente se pueden encargar a una asesoría externa.

En las pequeñas carpinterías no existen puestos de trabajo diferenciados, por lo que es habitual la movilidad funcional de todos los empleados.

Los horarios dependen del tipo de trabajo que se realice, siendo el habitual del sector en talleres de lunes a viernes de 9:00 a 20:00 horas, con un descanso mínimo de dos horas a la hora del almuerzo, librando los sábados y domingos. No obstante, según lo requieran las fechas de entrega o en el caso de reformas particulares o en locales, se pueden ver modificados adecuándose a las necesidades del cliente.

Recursos y Alianzas



En general este negocio no presenta grandes condicionantes respecto a su ubicación, únicamente mencionar que, dada la actividad de este tipo de empresas, al alcanzar un determinado volumen de negocio, empiezan a verse forzadas a tener que trasladarse a polígonos o espacios no urbanos, debido al ruido, al uso de maquinaria, etc.

Para empezar la actividad será suficiente con disponer de un local que permita tanto disponer de un taller-almacén para realizar los trabajos y depositar la mercancía, como montar una pequeña exposición. Para este proyecto se estima un local comercial (o nave industrial) de aproximadamente unos 100 m².

Además será necesario contar con un elemento de transporte para poder llevar el material o los productos a los clientes.

Las alianzas pueden ser un factor decisivo en cualquier actividad profesional, pero más aún si la actividad está comenzando. El enfoque de estas alianzas debe ser doble:

- Por un lado, intentar ampliar en la medida de lo posible la cantidad de servicios que podamos ofrecer a nuestros clientes. Por tanto, establecer alianzas con empresas o profesionales que presten servicios complementarios al nuestro tiene gran valor (fontaneros, electricistas, albañiles, pintores, ...).

- Por otro lado, las alianzas deben buscar incrementar el número de clientes potenciales y los ingresos recurrentes. En este sentido, sería interesante generar alianzas con distribuidores y tiendas de electrodomésticos, tiendas de decoración, aseguradoras, etc.

Legislación Específica



Actualmente no existen limitaciones técnicas o legales aparte de las comunes sobre seguridad y protección. Pero sería recomendable que los profesionales contaran con la acreditación de profesionalidad regulada por el R.D. 1968/08 y el R.D. 1378/08.

Desembolso Inicial



La inversión inicial rondaría los 62.000 euros contando con un fondo de maniobra elevado que permita el funcionamiento de la organización los 3 primeros meses sin necesidad de facturación.

- Adecuación del local: Se estima en unos 10.000 euros, e incluiría los gastos de mejora estética, así como el cambio de iluminación, instalación de A/C, rótulos, etc.

- Mobiliario: Se estima una inversión de unos 1.500 euros incluyendo mesas, sillas, estanterías, así como demás material necesario para la prestación del servicio.

- Materiales y herramientas: se estima una inversión inicial de 20.000 € con la que se adquirirá una furgoneta de segunda mano y las herramientas necesarias para la creación de las cocinas.

- Equipamiento informático (Hardware y Software): Estimados en aproximadamente 1.500 euros. Esta partida incluye la adquisición de un ordenador personal y una impresora multifunción, así como software de diseño.

- Stock inicial: Al comienzo de la actividad será necesario contar con un stock mínimo de materiales comunes y la de papelería corporativa (sobres, facturas, recibos, folios,...), dicha inversión se estima en 1.000 euros.

- Gastos de establecimiento: se estiman en aproximadamente 1.200 euros, pero podrían variar dependiendo del tipo de empresa que se constituya, el capital inicial aportado, etc.

- El Fondo de maniobra se estima en unos 18.000 euros. Con este fondo se aseguraría el funcionamiento de la empresa durante al menos 3 meses sin necesidad de generar ingresos.

Ingresos y Recurrencia



Este tipo de negocio no suele disponer de ingresos recurrentes como tales, pero como todos, si el cliente está satisfecho reclamará más servicios y productos en el futuro.

Estructura de Costes



El coste variable medio para este tipo de negocio se calcula en torno al 40% de los ingresos.

Los costes fijos mensuales ascienden a unos 5.700 euros mensuales en los que se incluyen las siguientes partidas más importantes:

- Alquiler de local/oficina: El coste de alquiler puede ser muy variable dependiendo de la zona y del tamaño de la nave. En cualquier caso se ha estimado un alquiler medio sobre los 1.400 euros/mes.

- Suministros, servicios y otros gastos: En esta partida se incluyen los gastos de agua, electricidad, gas, seguros, sistema de alarma que se estiman en unos 300 euros/mes.

- Gastos comerciales: los gastos comerciales son aquellos dedicados a la promoción comercial de la empresa (Mailing, buzoneo, web presencial,...) y han sido estimados en torno a los 100 euros/mes.

- Gastos de servicios externos: Esta partida incluye otros gastos asociados a servicios externos, como por ejemplo los gastos de gestión, seguridad y han sido valorados en unos 150 euros/mes.

- Gastos de personal: se estima en unos 1.500 euros mensuales para la persona emprendedora que ejercería la actividad como autónomo, por otra parte el empleado tendría una asignación de 1.000 euros mensuales (500 a media jornada), sin incluir las cuotas a la Seguridad Social. Esto supondría un desembolso mensual de aproximadamente los 3.600 euros/mes (incluyendo la cuota de la Seguridad Social por parte de la empresa).

- En la partida de gastos mensuales se ha incluido la parte proporcional de la amortización.

El circulante necesario/recomendado se establece en unos 6.000 euros mensuales.

Esta guía proporciona información básica orientativa sobre un negocio tipo, que puede ser utilizada como referencia por las personas que pretendan emprender su propio proyecto empresarial. Esta información deberá ser adaptada por la persona emprendedora a las características particulares del diseño que haya concebido para su propio modelo de negocio, y a las circunstancias de entorno y mercado en las que éste se desarrolle.

La información de la guía se proporciona únicamente a título de ejemplo orientativo, y no garantiza en ningún modo el éxito del proyecto empresarial. Cada persona emprendedora deberá elaborar su propio plan de empresa, conforme a su propia visión del negocio y del mercado, y es su responsabilidad desarrollarlo con éxito.

Puede encontrar información actualizada sobre esta y otras guías en el banco de proyectos empresariales disponible en:

www.andaluciaemprende.es

El Banco de Proyectos Empresariales para Emprender está cofinanciado en un 80% con recursos procedentes del Programa Operativo Fondo Europeo de Desarrollo Regional de Andalucía 2007-2013, en el marco del proyecto Planes Locales e Infraestructura para Emprender.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO





Desembolso Inicial €	
Adecuación del local	10400
Maquinaria y equipos	23920
Stock inicial	1040
Licencias	2912
Gastos de establecimiento	1248
IVA soportado	7384
Circulante inicial	17576
Total	64584

Plan de Empresa	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	124800	140400	156000
Costes variables	49920	56160	62400
Costes de personal	44720	46072	47528
Costes de suministros y servicios	6864	7280	7696
Gastos de local y mantenimiento	17472	18096	18720
Gastos comerciales	1248	1352	1456
Amortizaciones	7176	7488	7800
Resultado:	-2600	3952	10400

Area minima tipica: 50.000 habitantes

Esta guía proporciona información básica orientativa sobre un negocio tipo, que puede ser utilizada como referencia por las personas que pretendan emprender su propio proyecto empresarial. Esta información deberá ser adaptada por la persona emprendedora a las características particulares del diseño que haya concebido para su propio modelo de negocio, y a las circunstancias de entorno y mercado en las que éste se desarrolle.

La información de la guía se proporciona únicamente a título de ejemplo orientativo, y no garantiza en ningún modo el éxito del proyecto empresarial. Cada persona emprendedora deberá elaborar su propio plan de empresa, conforme a su propia visión del negocio y del mercado, y es su responsabilidad desarrollarlo con éxito.

Puede encontrar información actualizada sobre esta y otras guías en el banco de proyectos empresariales disponible en:

www.andaluciaemprende.es

El Banco de Proyectos Empresariales para Emprender está cofinanciado en un 80% con recursos procedentes del Programa Operativo Fondo Europeo de Desarrollo Regional de Andalucía 2007-2013, en el marco del proyecto Planes Locales e Infraestructura para Emprender.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

