

inversión mínima de 100.000 euros

la vista

El envejecimiento de la población, los ordenadores, la salud... Son muchas las razones del aumento de la demanda de los servicios ópticos. Aprovecha las ventajas de un sector que se adapta a los nuevos tiempos.

El sector de la óptica ha experimentado en los últimos años un importante crecimiento en cuanto al número de establecimientos. A pesar de ello, la tendencia parece ser ya el estancamiento. Paralelamente, "el volumen de negocio ha crecido a un ritmo muy inferior, por lo que el espacio entre oferta y demanda se ha agrandado hasta un nivel insalvable. Esto ha provocado una búsqueda, en algunos casos desesperada, de rentabilidad del negocio.

Y es aquí donde han entrado en acción factores como los descuentos desmedidos o la producción de baja calidad, que han terminado por minar en gran medida la confianza del público en un sector que acaba de ser incluido en la ley sanitaria nacional", explica **Jorge Rubio**, director de la central de compras CECOP (www.cecop.es). En cuanto a la competencia, en la actualidad el mercado de la distribución de óptica en España está com-

puesto por ópticas independientes, grupos de imagen, grupos de compra, franquicias y establecimientos especializados con diseños novedosos, accesorios, etc.

Amenazas

Si decides montar una óptica, es probable que tengas que hacer frente a algunas circunstancias que amenazan al sector:

Guerra de precios. Nos encontramos ante un sector maduro, caracterizado por una fuerte competencia en precios. **Pedro Cáceres**, óptico-optometrista de Centro Óptico El Álamo (91 812 08 37), explica que "por desgracia, la guerra de precios en la actualidad es habitual. Cuando se abre un nuevo negocio, muchos piensan que, para captar clientes, deben bajar los precios como reclamo en vez de ofrecer mejor servicio y atenciones que su competencia. También las grandes cadenas intentan atraer público con ese tipo de publicidad, pero el problema es que la dismi- ▶▶

do la competencia, el poder adquisitivo, el tipo de comercios, etc. "La ubicación es vital. Es preferible pagar un alquiler mayor para que tengamos un constante flujo de pacientes en nuestro centro. Conviene que sea una zona de paso y un local de no menos de 85 o 90 m², a ser posible con una gran fachada", explica David Calderón. El personal es la otra variable clave a la que tendrás que prestar especial atención pa-

ra triunfar en el sector, ya que hay que ofrecer una atención profesional y personalizada. Para ejercer la actividad, es imprescindible contar con un óptico-optometrista colegiado. Pedro Cáceres comenta que "al principio, con el óptico es suficiente y más adelante puedes contratar a personal sin cualificar como dependiente". En cuanto a la formación, es recomendable hacer cursos de reciclaje y seminarios, no

descuidando la formación continua de todos los empleados ya que, en esta profesión, existen constantes novedades y avances técnicos y optométricos que el cliente solicita cada vez más. Sin embargo, aunque el capital humano será uno de los principales activos de tu empresa, es una partida problemática ya que, según explica Calderón, "es el principal problema. Es difícil encontrar buenos profesionales".

Documentación de apertura

En cuanto a la documentación necesaria para abrir una óptica, según nos explica David Calderón, existen pequeñas diferencias no muy significativas entre las distintas Comunidades Autónomas. La documentación habitual es:

1. Documentación solicitada por el ayuntamiento local:

- ▶ Licencia de obra.
- ▶ Trámites de apertura.

2. Documentación para el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas:

- ▶ Nombramiento de óptico regente con contrato indefinido.
- ▶ Colegiación de dicho regente.
- ▶ Certificado de la colegiación.
- ▶ Procedimientos normalizados de trabajo. Se trata de normas escritas donde se normaliza el desarrollo de una óptica, desde la limpieza del local y la indumentaria, hasta el proceso de compra de gafas y de desinfección de lentes de contacto. w Registro de prescripciones ópticas. El Colegio de Ópticos envía a cada colegiado regente un libro o soporte magnético donde tiene que registrar las graduaciones que realiza.

3. Documentación para la Conserjería de Sanidad:

Es imprescindible para obtener los permisos sanitarios. Se han de cumplir una amplia serie de requisitos que se exponen en el Real Decreto 14/2003 de 13 de febrero entre los que destacan:

- ▶ Requisitos del local.
- ▶ Equipamiento básico: lámpara de hendidura, frontofocómetro, retinoscopio o autorrefractómetro, quetatómetro, gafa y caja de pruebas y el necesario si se dispone de taller –en caso de no tener taller se requiere contrato externo de taller por una empresa ajena.
- ▶ Proyecto de equipamiento y utillaje.
- ▶ Proyecto de personal. Es una relación de nombres del personal y el cargo que ocupan.
- ▶ Declaración de actividades a desarrollar.
- ▶ Plazos previstos de ejecución de las obras de acondicionamiento.



Los avances en cirugía láser ocular y otras técnicas aplicadas a la óptica amenazan el sector

► nución de precios suele conllevar una reducción en la calidad del producto”.

Incremento de la competencia. El número de ópticas sigue aumentando año tras año. Sin embargo, también existen otros canales sustitutivos de venta que, en ocasiones, hacen mucho daño al sector. Un ejemplo es el que nos comenta Jorge Rubio: “Respecto a las monturas de sol, cerca del 80% son vendidas en locales no autorizados. La solución pasa por una correcta regulación normativa y la buena educación en salud visual del cliente final”. A lo que Cáceres añade: “La venta de gafas de sol y graduadas en un todo a cien o la venta por Internet sin ningún tipo de control son prácticas cada vez más frecuentes”.

Avances en la cirugía. La cirugía láser o futuras técnicas que se vayan desarrollando pueden llegar a convertirse en amenazas para las ópticas.

Oportunidades

A pesar de las amenazas, también podrás aprovecharte de las oportunidades que te ofrece el sector. A continuación, te explicamos algunas de las más importantes: ►►

El primer ejercicio

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Ventas	4.800	5.440	5.120	5.600	6.240	7.040	6.720
Variación existencias	12.000	4.800	1.333	667	400	-1.200	-267
Compras	16.000	9.333	5.600	5.333	5.600	4.667	5.333
Local	750	750	750	750	750	750	750
Gastos de Personal	2.490	2.490	2.490	2.490	2.490	2.490	2.490
Gastos Financieros	365	362	360	358	355	353	351
Otros Gastos	1.250	1.250	1.250	1.500	1.500	1.500	1.200
Dotación para la amortización	702	702	702	702	702	702	702
RESULTADOS	-4.757	-4.647	-4.699	-4.866	-4.757	-4.622	-4.373
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Tesorería	0	106.245	106.832	88.488	77.856	72.586	67.752
COBROS							
Ventas	5.568	6.310	5.939	6.496	7.238	8.166	7.795
Capital	25.000						
Préstamo	125.000						
TOTAL TESORERÍA	155.568	112.555	112.771	94.984	85.094	80.752	75.547
PAGOS							
Reforma y mobiliario	42.100						42.100
Compras				10.827	6.496	6.187	6.496
Stock inicial			18.560				
Local	870	870	870	870	870	870	870
Fianza oficina	1.500						
Gastos de Personal	2.261	2.261	2.261	2.549	2.261	3.061	2.549
Gastos Financieros	365	362	360	358	355	353	351
Devolución Préstamo	778	780	782	785	787	789	791
Otros Gastos	1.450	1.450	1.450	1.740	1.740	1.740	1.392
TOTAL PAGOS	49.324	5.723	24.283	17.129	12.509	13.000	54.549
SALDO TESORERÍA	106.245	106.832	88.488	77.856	72.586	67.752	20.998
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
ACTIVO							
Inmovilizado	84.200	84.200	84.200	84.200	84.200	84.200	84.200
Amortización inmovilizado	-702	-1.403	-2.105	-2.807	-3.508	-4.210	-4.912
Fianzas constituidas	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Existencias	12.000	16.800	18.133	18.800	19.200	18.000	17.733
Caja y Bancos	106.245	106.832	88.488	78.653	73.382	68.549	22.971
Hacienda Pública, IVA soportado	320	640	3.520	2.733	3.989	5.203	2.509
TOTAL ACTIVO	203.563	208.569	193.736	183.079	178.763	173.242	124.001
PASIVO							
Capital	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Deudas con bancos	124.222	123.442	122.660	121.876	121.089	120.300	119.508
Resultado Ejercicio	-4.756	-9.404	-14.103	-18.969	-23.726	-28.348	-32.721
Proveedores	58.100	67.433	57.033	53.033	53.033	52.367	10.000
Personal, SS y Hacienda	96	192	288	96	192	288	96
Remuneraciones Pendientes	133	267	400	533	667	0	133
Hacienda Pública, IVA repercutido	768	1.638	2.458	1.510	2.509	3.635	1.984
TOTAL PASIVO	203.563	208.568	193.736	183.079	178.764	173.242	124.000

Conceptos contables: AUTÓNOMOS

El emprendedor se da de alta en el Régimen Especial de Seguridad Social (SS) de Trabajadores Autónomos. Este sistema de cotización tiene particularidades: **Alta.** El emprendedor debe tramitar el alta en la SS. Para ello, previamente se le solicitará que

haya efectuado el alta ante la Agencia Tributaria especificando la actividad que realice.

Afiliación de empresario. Cuando contrate al primer trabajador ocurre lo mismo que para una persona jurídica. El empresario debe darse de alta en la SS como

empleador, optando por cubrir los riesgos de accidente laboral con la propia SS o con una mutualidad privada. Se la asigna un código de cotización al que irán relacionados los trabajadores. **Cotización.** Como en el caso de un autónomo, los ingresos son

poco previsibles y variables, éste elige la base de cotización por la que desea cotizar y abona un porcentaje sobre la misma.

Prestaciones. Un autónomo no cobrará subsidio de desempleo si deja la actividad y las pensiones de jubilación son menores.

en cifras

	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	4.800	8.800	9.600	10.240	11.200	85.600
	667	-1.467	-2.400	-1.867	-133	12.533
	4.667	5.867	5.600	6.667	9.200	83.867
	750	750	750	750	750	9.000
	2.490	2.490	2.490	2.490	2.490	29.882
	349	346	344	342	339	4.224
	600	1.000	1.300	1.250	1.700	15.300
	702	702	702	702	702	8.420
	-4.091	-3.822	-3.986	-3.828	-4.114	-52.560
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	20.998	16.184	14.772	14.425	13.775	
	5.568	10.208	11.136	11.878	12.992	99.296
						25.000
						125.000
	26.566	26.392	25.908	26.303	26.767	249.296
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
						84.200
	5.413	6.187	5.413	6.805	6.496	60.320
						18.560
	870	870	870	870	870	10.440
						1.500
	2.261	2.261	2.549	2.261	3.061	29.594
	349	346	344	342	339	4.224
	794	796	798	801	803	9.484
	696	1.160	1.508	1.450	1.972	17.748
	10.383	11.620	11.482	12.529	13.541	236.070
	16.184	14.772	14.425	13.775	13.226	13.226
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	84.200	84.200	84.200	84.200	84.200	
	-5.613	-6.315	-7.017	-7.718	-8.420	
	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	
	18.400	16.933	14.533	12.667	12.533	
	18.156	16.744	16.731	16.081	15.532	
	3.471	4.605	2.226	3.485	4.773	
	120.114	117.667	112.174	110.214	110.118	
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	
	118.714	117.918	117.120	116.319	115.516	
	-36.811	-40.632	-44.618	-48.445	-52.560	
	10.000	10.533	11.467	12.267	15.867	
	192	288	96	192	288	
	267	400	533	667	0	
	2.752	4.160	2.576	4.214	6.006	
	120.114	117.667	112.174	110.214	110.117	

Existencias

Una de las principales premisas de este tipo de negocios es saber comprar bien y realizar un buen control de las existencias para mantener un equilibrio entre compras y ventas. Pedro Cáceres, de Centro Óptico el Álamo, sostiene que "lo ideal es que las existencias se renueven cada temporada, pero esta no es la realidad. La rotación de producto depende de lo que se ha vendido y se va reponiendo según las necesidades que van surgiendo en cada

momento". Por otro lado, una buena negociación con los proveedores te ayudará en el proceso: cantidades, descuentos por pronto pago, por volumen, etcétera. En el sector lo habitual es pagar a los distribuidores a 30, 60 o 90 días, aunque para el caso de nuevas aperturas pueden aplazarlo a seis vencimientos, lo que te servirá como financiación inicial y te ayudará a hacer despegar el negocio. David Calderón explica que "se puede negociar con los proveedores que te

cambien un porcentaje de lo que no vendas, no más de un 10 o un 15%, el resto de lo que no se comercialice lo tienes que liquidar, poner en promoción... De todas formas, la gafa puede estar perfectamente unos dos años y medio en stock para poder venderla sin que se note mucho que está pasada de moda". El resto de los productos que se encuentran en la óptica no suelen ser tan temporales ni tan "anclados" a la moda, con lo que pueden aguantar bastante tiempo en la tienda.

Perfil del negocio

En nuestro supuesto, el emprendedor se establece como autónomo abriendo una óptica en un local de unos 90 m² en una zona comercial. Contratará a un trabajador como dependiente del comercio. Realizará una inversión de 150.000 euros, 125.000 de los cuales financiará mediante préstamo. Alcanzará el punto de equilibrio en el cuarto año.

Stock inicial

El stock inicial necesario variará en función de las dimensiones del local, así como del grado de diversificación que introduzcamos en el negocio. David Calderón añade que "el stock inicial de unas 700 gafas puede rondar los 20.000 euros". En principio, lo habitual es tener gafas de sol y de graduado, banco de lentes de contacto, líquidos de mantenimiento, pilas de audífonos, fundas de gafas, etc. Según Cáceres, "se pueden comprar unas 500 monturas de graduado diversificadas entre gafas de señora, caballero, niño y unisex. En cuanto a gafas de sol, unas 100". En nuestro supuesto, el emprendedor adquiere 600 gafas por 18.560 euros.

Inversión inicial

Según Pedro Cáceres, "en líneas generales tenemos que contar con cinco partidas presupuestarias: el utillaje de taller, el instrumental óptico, el mobiliario, el stock y, si es necesario, el acondicionamiento del local". En cuanto al utillaje de taller, lo más básico para empezar, según Pedro Cáceres, es disponer de frontofocómetro, ventilete, biseladora, destornilladores, alicates, tornillería, etcétera. En nuestro supuesto hemos asumido que el emprendedor solicita un préstamo para adquirir la maquinaria y el mobiliario que necesita, aunque disponía de otras opciones, como el leasing.

Mobiliario

El mobiliario necesario para montar una óptica dependerá, en gran medida, del local que escojamos, de la imagen que queramos dar y del presupuesto que tengamos. "En fabricantes especializados se pueden conseguir dos puntos de venta, expositores para gafas de sol y graduado, punto de entrega y mobiliario de tecnología a partir de los 18.000 euros. El mobiliario para el taller lo podemos obtener desde 1.500 euros y los equipos informáticos y el software de gestión de óptica por unos 2.000 euros. Además necesitaremos rótulos luminosos y un escaparate que puede costar unos 2.000 euros.", explica Pedro Cáceres.

IVA

En una óptica aplicaremos dos tipos de IVA: el 16%, para las gafas de sol, y el 7%, para lentes de contacto, gafas de ver, audífonos y lentes oftálmicas. El IVA no afecta a Pérdidas y Ganancias, ya que en Estado Financiero sólo afectan las bases imponibles. Por tanto, al realizar la compra de materias primas, apuntaremos el importe de este impuesto, de forma acumulativa, en el Activo del Balance en la cuenta Hacienda Pública IVA Soportado. Cuando realicemos la venta, el IVA se apuntará en el Pasivo, en la cuenta Hacienda Pública IVA Repercutido. Al final del trimestre se liquida la diferencia con Hacienda.

Con imagen propia

Los grupos de imagen han aparecido en el sector de las ópticas como una nueva alternativa para los emprendedores al poder incorporarse a ellos aprovechando todas sus ventajas –la principal: un posicionamiento de marca. Sin embargo, no sólo se pueden adherir los nuevos negocios, sino también ópticas ya establecidas. Según nos explica Teresa Jiménez, propietaria de Tumirada Teiro Centro Óptico (91 372 14 57), “un grupo de imagen es una unión de ópticas con perfiles y orientaciones similares para tener una repercusión comercial más notoria y un incremento de las ventas vía una imagen corporativa”. Una de sus características principales es que los asociados tienen plena capacidad de gestión de sus establecimientos, siendo habitual conservar el nombre de la empresa junto con el elegido para el grupo. Un ejemplo de grupo de imagen es la propia Tumirada (www.tumirada.es), que cuenta ya con unos cincuenta asociados en toda España.

Según nos explica Jiménez, la central busca unos requisitos cualitativos en sus potenciales asociados, además de ofrecer exclusividad en la zona de actuación de cada óptica y un estudio de viabilidad para el negocio que se incorpora. En términos económicos, Tumirada solicita un canon de entrada de 3.000 euros que luego repercutirá en la adecuación de la imagen corporativa del asociado –fachada, logotipos, etc.–, así como un canon mensual de 180 €/mes en concepto de mantenimiento de marca y de acciones de marketing comunes.



Teresa Jiménez es la propietaria de un centro óptico, Tumirada Teiro, que pertenece a un grupo de imagen del que forman parte otros cincuenta asociados.



Principales ventajas

Si decides asociarte, podrás disfrutar de las siguientes ventajas:

- Posicionamiento de mercado.** La central busca una imagen de marca común que aúne a los distintos asociados. Lo hacen a través de distintas vertientes en las que grupo hace hincapié: imagen desde el punto de venta de cada uno de los asociados –escaparatismo–, acciones de marketing en la zona de influencia de cada uno de ellos y a través de campañas masivas en distintos medios –TV, radio, etc–.
- Negociaciones de compra.** Para el caso de Tumirada la central actúa también como una central de compras, realizando negociaciones con los proveedores para conseguir mejores tarifas para los asociados.
- Negociaciones de producto de línea blanca.** Han creado su propia línea de artículos que ofrecen a sus asociados, los cuales se benefician de precios especiales, productos propios de la imagen que representan, etcétera.

Si te asocias a un grupo de imagen, compartes la marca, actúas como central de compras y mantienes la gestión de tu óptica

►► **Aumento de la clientela potencial.** El envejecimiento de la población, el mayor uso de los ordenadores, así como un mayor cuidado de la estética incluso en lo que se refiere a los ojos, son factores que hacen que la demanda de productos ópticos vaya en aumento. “Cerca del 45% de la población española sufre problemas visuales y utiliza algún tipo de corrección óptica. Por otro lado, se estima que el 80% de la población tiene una capacidad visual por

debajo de sus necesidades habituales. Esto nos permite contemplar el futuro con cierto optimismo”, sostiene Jorge Rubio.

Atención personalizada. La calidad del servicio y la formación continua de los empleados son características que te ayudarán a fidelizar a tu clientela.

Diversificación. “Ahora mismo los grandes diversifican y están apostando por la audiología”, comenta David Calderón, director de Ópticas Visiorama ([\[casvisorama.com\]\(http://casvisorama.com\)\). Según explican los expertos, la tendencia actual es a diversificar, aplicando técnicas nuevas, ofreciendo servicios como ayudas para baja visión, entrenamiento visual, etc.](http://www.opti-</p></div><div data-bbox=)

Sin embargo, Jorge Rubio sostiene que “la especialización por producto y/o calidad de servicio son las variables que más pueden garantizar un futuro promotor para las ópticas”.

Celia García