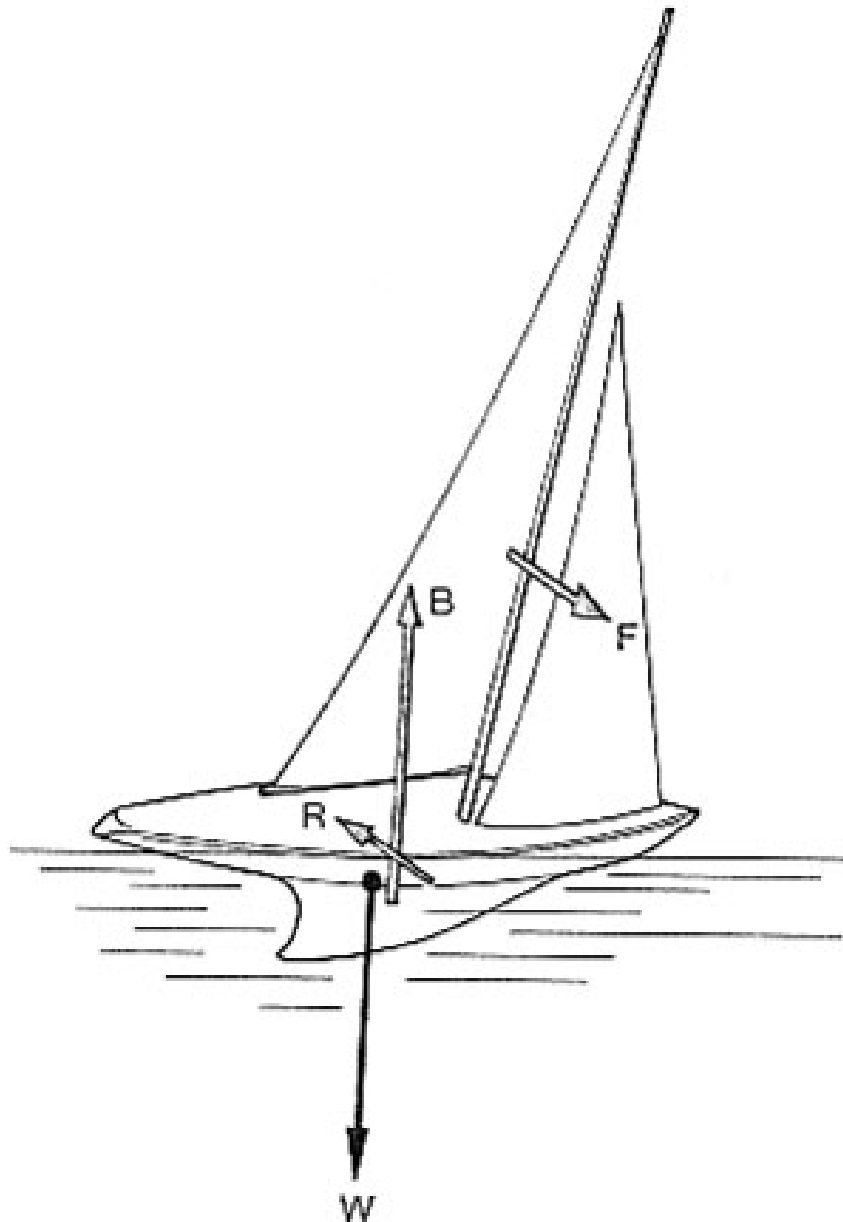




Navegando contra el viento

*Comercios diferentes para
ciudades diferentes*



En navegación de ceñida el equilibrio depende de dos pares de fuerzas opuestas.

Mientras al empuje hacia delante se opone la resistencia al avance, el empuje lateral es contrarrestado por la presencia de la orza



¿Que pasa si no
tenemos orza?

Derivamos donde nos
lleve el viento

Vientos que soplan a favor de la similitud comercial entre ciudades

- La integración de espacios económicos
- La movilidad (inmigración/emigración)
- La demanda de mas por menos de los consumidores en los bienes básicos
- La demanda de marcas en los bienes “no básicos”
- La influencia y poder de las empresas inmobiliarias
- El crecimiento del turismo
- Los precios del mercado inmobiliario

Son vientos fuertes... y continuados

- La integración de espacios económicos +
- La movilidad (inmigración/emigración) ++
- La demanda de mas por menos de los consumidores en los bienes básicos +
- La demanda de marcas en los bienes “no básicos” +
- La influencia y poder de las empresas inmobiliarias ?
- El crecimiento del turismo +/?
- Los precios del mercado inmobiliario +

Resultados en todas las ciudades

- Tiendas de “chinos” (textil)
- Tiendas de conveniencia (asiáticos)
- Tiendas “afro” (servicios)
- Cadenas internacionales omnipresentes
- Franquicias de servicios
- Centros comerciales “clónicos”
- Desviaciones en las centralidades comerciales

Una lógica económica implacable

- | | | |
|----------------------|-------|-------------|
| • 200 m2 en Alcoy | Calle | 3.500 €/mes |
| • 20 m2 en Barcelona | CC | 2.100 €/mes |
| • 60 m2 en Girona | CC | 2.800 €/mes |
| • 64 m2 en Santander | Calle | 4.200 €/mes |
| • 105 m2 en Gijón | Calle | 2.700 €/mes |
| • 60 m2 en BCN | Calle | 5.000 €/mes |
| • 80 m2 en C. Real | Calle | 2.700 €/mes |
| • 85 m2 en Vitoria | Calle | 5.800 €/mes |

Una lógica económica implacable

Simulación				
Gastos	Mensual	Anual	Inversión	90.000
Metro Cuadrados	100		Muebles y decoración	
			Trabajos	
Renta	3.000	36.000	Inversión por metro cuadrado	900
Coste por empleado	1.600	19.200	Amortización (años)	10
Luz y teléfono	700	8.400	Traspaso	100.000
% visa	2,00%	4.000	Gastos iniciales	6.000
% ventas con Visa		50%	Deposito	3.000
Matenimiento	200	2.400	Equipamiento informático	6.000
Otros	200	2.400	Total Gastos	151.700
Seguros	100	1.200	Salarios	76.800
Número de empleados	4	4,0	Gastos	54.400
Marcaje	2,3		Depreciación	20.500
% venta en rebaja	30%		GANANCIAS OPERATIVAS	- 11.700
Rebaja media	30%			
Ventas		Anual	venta por metro cuadrado año	4.000
TOTAL	400.000	400.000	renta por metro cuadrado año	20
Margen Bruto	140.000	Anual	margen bruto	35,0%
			ventas por empleado	100.000
Tiket medio	40,0		Inversión por metro cuadrado	900
Numero de visitas/año	2,5		margen bruto porcentual	45,0%
Total tikets/dia	43,3		% retorno en venta	-2,9%
Tikets hora	5,4		% renta / ventas	9,0%
Cientes necesarios	4.334		% retorno de la inversión	-13,0%
			umbral de rentabilidad	433.429

Una lógica económica implacable

Simulación				
Gastos	Mensual	Anual	Inversión	90.000
Metro Cuadrados	100		Muebles y decoración	
			Trabajos	
Renta	3.000	36.000	Inversión por metro cuadrado	900
Coste por empleado	1.600	19.200	Amortización (años)	10
Luz y teléfono	700	8.400	Traspaso	100.000
% visa	2,00%	4.000	Gastos iniciales	6.000
% ventas con Visa		50%	Deposito	3.000
Matenimiento	200	2.400	Equipamiento informático	6.000
Otros	200	2.400	Total Gastos	151.700
Seguros	100	1.200	Salarios	76.800
Número de empleados	4	4,0	Gastos	54.400
Marcaje	2,3		Depreciación	20.500
% venta en rebaja	30%		GANANCIAS OPERATIVAS	28.300
Rebaja media	30%			
Ventas		Anual	venta por metro cuadrado año	4.000
TOTAL	400.000	400.000	renta por metro cuadrado año	20
Margen Bruto	180.000	Anual	margen bruto	45,0%
			ventas por empleado	100.000
Tiket medio	40,0		Inversión por metro cuadrado	900
Numero de visitas/año	2,5		margen bruto porcentual	45,0%
Total tikets/dia	33,7		% retorno en venta	7,1%
Tikets hora	4,2		% renta / ventas	9,0%
Cientes necesarios	3.371		% retorno de la inversión	31,4%
			umbral de rentabilidad	337.111

Una lógica económica implacable

Simulación				
Gastos	Mensual	Anual	Inversión	90.000
Metro Cuadrados	100		Muebles y decoración	
			Trabajos	
Renta	3.000	36.000	Inversión por metro cuadrado	900
Coste por empleado	1.600	19.200	Amortización (años)	10
Luz y teléfono	700	8.400	Traspaso	100.000
% visa	2,00%	4.000	Gastos iniciales	6.000
% ventas con Visa		50%	Deposito	3.000
Matenimiento	200	2.400	Equipamiento informático	6.000
Otros	200	2.400	Total Gastos	151.700
Seguros	100	1.200	Salarios	76.800
Número de empleados	4	4,0	Gastos	54.400
Marcaje	2,3		Depreciación	20.500
% venta en rebaja	30%		GANANCIAS OPERATIVAS	68.300
Rebaja media	30%			
Ventas		Anual	venta por metro cuadrado año	4.000
TOTAL	400.000	400.000	renta por metro cuadrado año	20
Margen Bruto	220.000	Anual	margen bruto	55,0%
			ventas por empleado	100.000
Tiket medio	40,0		Inversión por metro cuadrado	900
Numero de visitas/año	2,5		margen bruto porcentual	55,0%
Total tikets/dia	27,6		% retorno en venta	17,1%
Tikets hora	3,4		% renta / ventas	9,0%
Cientes necesarios	2.758		% retorno de la inversión	75,9%
			umbral de rentabilidad	275.818

Una lógica económica implacable

Margen Bruto	Umbral Rentabilidad
35%	433.000 €/año
45%	337.111 €/año
55%	275.000 €/año

Los del Comercio



Simulación				
Gastos	Mensual	Anual	Inversión	320.000
Metro Cuadrados	400		Muebles y decoración	
Renta	14.000	168.000	Trabajos	
Coste por empleado	1.200	14.400	Inversión por metro cuadrado	800
Luz y teléfono	700	8.400	Amortización (años)	10
% visa	2,00%	24.000	Traspaso	300.000
% ventas con Visa		50%	Gastos iniciales	12.000
Matenimiento	200	2.400	Deposito	12.000
Otros	200	2.400	Equipamiento informático	12.000
Seguros	100	1.200	Total Gastos	416.000
Número de empleados	10	10,0	Salarios	144.000
Marcaje	3,0		Gastos	206.400
% venta en rebaja	30%		Depreciación	65.600
Rebaja media	40%		GANANCIAS OPERATIVAS	784.000
Ventas		Anual	venta por metro cuadrado año	6.000
TOTAL	2.400.000	2.400.000	renta por metro cuadrado año	35
Margen Bruto	1.200.000	Anual	margen bruto	50,0%
Tiket medio	40,0		ventas por empleado	240.000
Numero de visitas/año	3,5		Inversión por metro cuadrado	800
Total tikets/dia	83,2		margen bruto porcentual	50,0%
Tikets hora	10,4		% retorno en venta	32,7%
			% renta / ventas	7,0%
Cientes necesarios	5.943		% retorno de la inversión	245,0%
			umbral de rentabilidad	832.000

Una lógica económica implacable

O márgenes brutos superiores al 45%

O facturaciones m2 superiores a los 4.000 €/m2/año

....O las dos cosas a la vez

¿Qué significa esto en términos de

- Estructura empresarial?
- Número de clientes necesarios?

Competitividad empresarial

Integración vertical para obtención de ventajas fuertes en los precios de costo

> Modelo cadena vertical

Integración empresarial en grupos capaces de generar demanda

> Modelo cadena horizontal

...pero siempre se requieren multiples de puntos de venta

Numero de clientes necesarios

Para tener 4.000 clientes en un punto de venta

ES MUY DIFÍCIL VIVIR DEL MERCADO DE PROXIMIDAD

¿CUOTA DE MERCADO RESULTANTE?

- Necesidad de **motores** que creen un flujo extra de visitantes
 - Centros comerciales que se promocionan y facilitan el acceso y parking
 - Flujos de visitantes externos

¿Quién puede aguantar?

- Los que se agrupan
- Los que se integran
- Los super - superespecialistas (hay ciudades donde no cabe ni uno)
- Los que se conforman con una economía sin amortización y de baja rentabilidad
- Los que se engañan con el valor de los stocs
- Los que se conforman con ubicaciones de poco tráfico
- Los que tienen la suerte de tener un motor al lado

Los que se agrupan



Los que se integran



Los hiper - especialistas



XAVIER VIDAL I ROCA, S.L.
L U T H I E R

Carrer Girona, 124 • 08009 Barcelona
Tel. 93 459 42 42 • Fax 93 458 43 96
luthiervidal@teleline.es
www.luthiervidal.com

Horari d'atenció al públic
De dilluns a divendres
de 9:30 - 13:30 i de 15:30 - 19:00
Dissabtes
de 9:30 - 13:30

luthiervidal@teleline.es

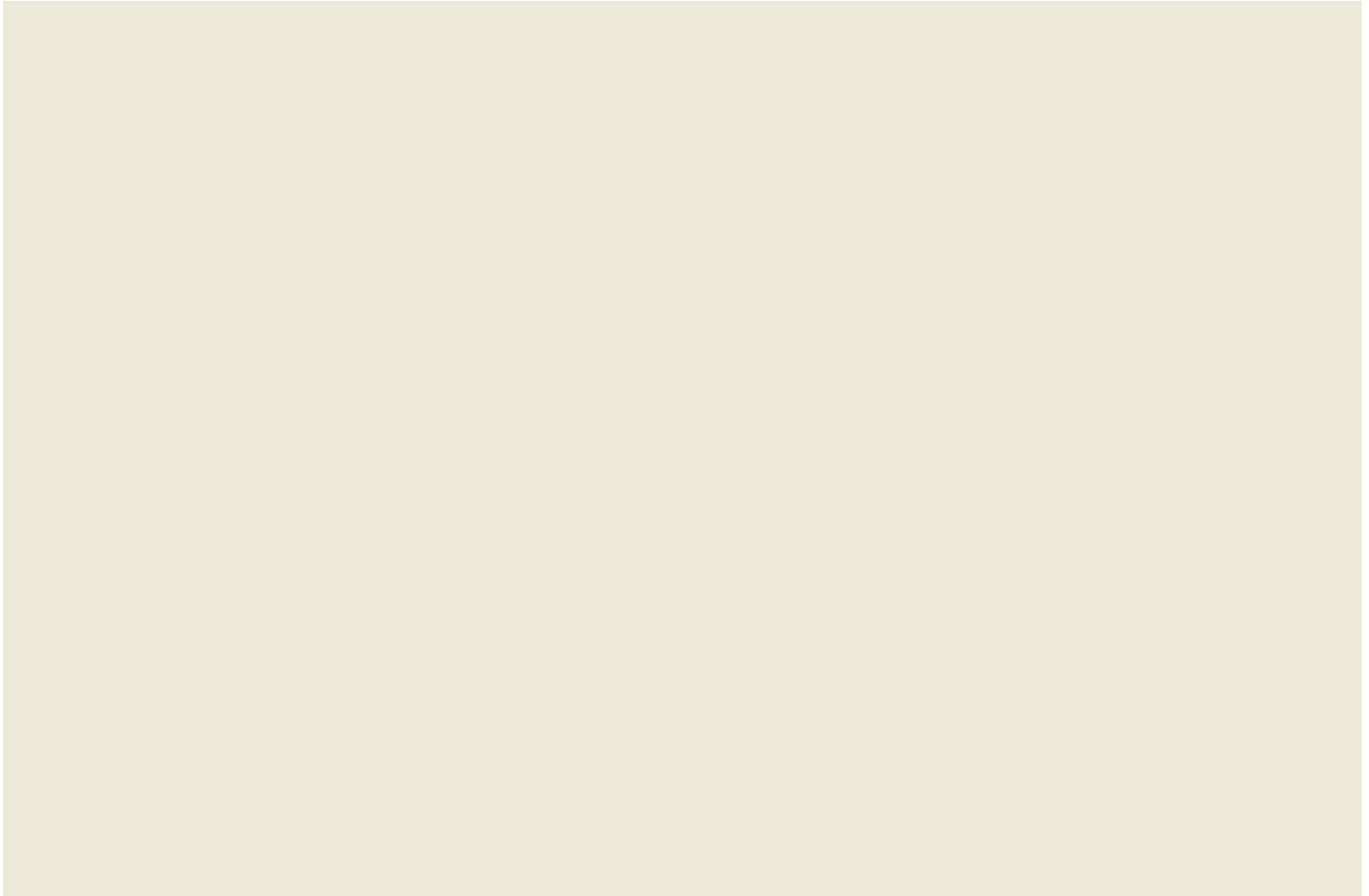
Los que se conforman con una economía sin amortización y de baja rentabilidad



Los que se engañan con el valor del stock



Los que se conforman con ubicaciones de poco trafico



Los que tienen la suerte de que tienen un motor al lado



El futuro que nos espera...

(Karl Popper)

“Las consecuencias de nuestras acciones sociopolíticas son a menudo completamente distintas de lo que nos habíamos propuesto y de lo que podemos prever”

“Imposibilidad de dibujar el futuro. No existe ninguna ley histórica del progreso. No sabemos lo que será mañana”

“No debemos intentar en absoluto ver direcciones y tendencias para la predicción del futuro a través del pasado”

El futuro que nos espera

“Creo que somos muy inteligentes, pero moralmente muy malos”

Bertrand Russell

Creo que somos demasiado buenos y demasiado tontos”

Karl Popper

(Suerte que eran amigos!)

Algunas tendencias

- Saturación y colapso (?) en la movilidad en automóvil dentro de las ciudades
- Saturación en la movilidad en automóvil entre ciudades de las áreas metropolitanas
- Desarrollo (y posterior saturación ?) del transporte aéreo
- Desarrollo muy importante del transporte ferroviario
- Concentración población en grandes ciudades
- Incrementos espectaculares compras “on line”
- Continuación del crecimiento fuerte de la población en base a la inmigración
- Movilidad laboral creciente en la UE
- Menor asentamiento y mayor ritmo de cambio
- Informatización creciente de los hogares
- Compra más situacional y multicanal
- La ciudad como unidad de análisis deviene un concepto obsoleto: Barcelona no existe, existe una Área Metropolitana donde hay muchas aglomeraciones
- Inadaptación de las estructuras de gestión (y políticas) municipales de las “ciudades” a las problemáticas de los ciudadanos en áreas metropolitanas
- Las ciudades vivas nunca han sido “slow”: Nueva York es vida pero la vida a veces es difícil de soportar.

Las políticas públicas: cuatro opiniones basadas en algunas experiencias

Actuaciones territoriales:

- Ineficaces si no contemplan la totalidad de variables del territorio que afectan el comercio: movilidad, urbanismo, planificación correcta del desarrollo de la superficie comercial en el área de influencia, servicios públicos, desarrollo del turismo, etc...
- En general menos eficaces que las sectoriales por falta de coordinación de la multiplicidad de operadores y la falta de una visión global de la política económica y comercial de la ciudad compartida por los poderes públicos
- ...con excepciones “excepcionales”

Las políticas públicas: cuatro opiniones basadas en algunas experiencias

Actuaciones sectoriales:

- Requieren en primer lugar reforzar el asociacionismo sectorial de los comerciantes independientes (reorientar gremios y asociaciones a la promoción económica de sus asociados más que a la defensa numantina de situaciones que llevan vientos de cara)
- Mas eficaces si se demuestra la rentabilidad de acciones conjuntas y se ayuda en la financiación de las estructuras de servicios compartidos
- Problemas de ritmo y de tamaño que condicionan la implicación en estos proyectos



Muchas Gracias y Feliz Travesía!