

MICROGUÍAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

SERVIZOS PERSOAIS DA SAÚDE



Ortopedia

80

V



Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Obxectivo do estudo.....	4
1.2. Metodoloxía.....	5
2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO	6
3. MERCADO	8
3.1. Mercado Potencial	8
3.2. Orientación sobre o estudo da competencia	9
3.3. Provedores	11
3.4. Análise DAFO.....	12
4. ÁREAS DA EMPRESA	13
4.1. Carteira de produtos.....	13
4.2. Outras variables de marketing	14
4.3. Situación	15
4.4. Viabilidade económica.....	16
5. PECULIARIDADES DA ACTIVIDADE.....	18
6. RECOMENDACIÓNS	19
7. NOTA DE AUTORES	20

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Obxectivo do estudo

O obxectivo fundamental das micro-guías de actividade é o de proporcionar ao emprendedor, en base á información contida na guía ou guías de actividade máis xenéricas que teña consultado, unha información específica a partir da cal concretar aspectos fundamentais para a súa empresa.

En cada unha das micro-guías farase fincapé en aspectos determinados que poidan resultar interesantes para o emprendedor como son: o seu mercado potencial, o tipo de competidores aos que se irá enfrontar, os seus provedores, os recursos dos cales deba dispor para facer efectivo o seu plano de empresa, etc.

1.2. Metodoloxía

Durante o proceso de elaboración destas micro-guías utilizáronse as seguintes fontes:

Por un lado, realizouse un estudo de gabinete baseado en fontes de información secundarias (estadísticas, informes publicados, etc.), mediante o que se pretende achegar as condicións obxectivas nas que se atopa esta micro-actividade empresarial en Galicia.

Por outro lado, desenvolveuse un traballo de campo consistente na realización de entrevistas a expertos do sector e clientes, co fin de profundar no coñecemento da actividade e nas características específicas das empresas que operan nela.

Para obteres máis información sobre a clasificación xeral dos tipos de guías podes consultar a Guía de Recursos editada por BIC Galicia dentro desta colección: "Guías de Actividade Empresarial" e, ao mesmo tempo, analizar os dezasete sectores máis representativos na Comunidade Autónoma tratados nas guías de actividade.

A Guía de Recursos é un instrumento de apoio ás guías de actividade xa que contén información xeral aplicable a todos os sectores. Debes consultala simultaneamente coas guías específicas que describan sectores, mercados ou actividades relacionados co proxecto que pretendes desenvolver.

A micro-guía de Ortopedia toma como punto de partida a Guía de "Servizos persoais da saúde" (número 80 desta mesma colección).

Outras micro-guías incluídas na colección de guías de actividade empresarial e que podes consultar son:

- Clínica odontolóxica.
- Óptica.
- Parafarmacia.
- Centro policlínico especializado.

2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO

A ortopedia é a disciplina que trata de corrixir ou de evitar as deformidades do corpo humano, por medio de certos aparellos ou de exercicios corporais.

Os produtos e servizos comercializados por unha ortopedia ofrecen solucións técnicas para a asistencia e rehabilitación de persoas con algunha discapacidade funcional.

Tanto para as persoas maiores como para as que posúen algunha discapacidade funcional, as tarefas máis simples da vida cotiá pódense converter nun auténtico problema.

A carteira de artigos dunha ortopedia tenta promover a seguridade, comodidade e independencia das persoas de mobilidade reducida.

Actualmente, os avances no campo da ortopedia posibilitan que a maioría das disfuncións sexan superables, facilitando que estas persoas incrementen non só a súa autonomía senón tamén a súa calidade de vida e a súa integración nos distintos ámbitos da sociedade.

A ortopedia tomou un grande impulso favorecido polo desenvolvemento de novos produtos que fan máis fácil a vida cotiá das persoas que padecen algún tipo de disfunción.

A continuación, preséntanse as características básicas das ortopedias máis habituais:

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA EMPRESA TIPO	
CNAE/SIC	5232/5999
IAE	6593
CONDICIÓN XURÍDICA	Sociedade Limitada.
FACTURACIÓN	100.000 €
LOCALIZACIÓN	Zonas urbanas céntricas e en zonas periféricas preto dos centros sanitarios.
PERSOAL E ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	Un emprendedor a xornada completa
INSTALACIÓNS	80 m ²
CLIENTES	Persoas con algunha discapacidade funcional, persoas maiores, deportistas e nenos.
CARTEIRA DE PRODUTOS	Agarradeiras, barras, cadeiras de rodas, andadores, bastóns, grúas, camas, cadeiras de brazos, coxíns, próteses, órteses, etc.
FERRAMENTAS DE PROMOCIÓN	Anuncios en xornais, radio e televisión, escaparates, rótulo exterior.
VALOR DO INMOBILIZADO/INVESTIMENTO	51.500 €
IMPORTE GASTOS	90.010 €
RESULTADO BRUTO	9,99%

3. MERCADO

3.1. Mercado Potencial

A Organización Mundial da Saúde define a discapacidade como “a restrición ou ausencia da capacidade para realizar unha actividade, na forma ou dentro da marxe que se considera normal para un ser humano”.

O número de persoas que teñen algunha discapacidade funcional en Galicia a agosto de 2006 é de 230.245, segundo o censo de persoas con discapacidade de Galicia elaborado pola Dirección Xeral do Maior e Persoas con Discapacidade.

Deste grupo, 134.177 teñen unha discapacidade física, 32.064 sensorial e 64.004 psíquica. Destaca o número de persoas maiores de 65 anos afectadas por algún tipo de discapacidade: 98.699.

Da análise dos datos anteriores tírase que as persoas con algunha discapacidade funcional e as persoas maiores forman o mercado potencial das ortopedias.

Existen dous colectivos que tamén forman parte do mercado potencial das ortopedias: os deportistas, xa que son un colectivo propenso a sufrir lesións, e os nenos polos problemas que poden xurdir durante o crecemento.

O factor que máis valoran os clientes dunha ortopedia é a atención recibida; por tratarse de clientes con problemas de saúde o trato humano é un elemento fundamental. Nos servizos persoais á saúde, o cliente valora, ademais, a calidade do servizo prestado ou do produto adquirido. Son moi importantes os servizos complementarios como o asesoramento médico sobre patoloxías e o asesoramento técnico sobre o produto.

A principal motivación que leva as persoas a acudir a un centro ortopédico é a saúde, dado que os principais clientes teñen discapacidades funcionais, quer por idade quer por problemas físicos, sensoriais ou psíquicos concretos.

Existen determinados artigos de descanso como camas, colchóns ou coxíns, que responden á necesidade das persoas de coidar a súa saúde dun modo preventivo, polo que buscan produtos que lles proporcionen comodidade e unha maior calidade de vida a longo prazo.

3.2. Orientación sobre o estudo da competencia

FORZAS COMPETITIVAS	INTENSIDADE
INTENSIDADE DA COMPETENCIA	<p>Baixa</p> <p>Baixo número de empresas, concentradas en zonas concretas</p>
AMEAZA DE NOVOS COMPETIDORES	<p>Barreiras de entrada: Baixa</p> <p>Relativa facilidade para encontrar un local comercial onde desenvolver a actividade</p> <p>Barreiras de saída: Media-baixa</p> <p>Posibilidade de traspaso do local</p> <p>Venda da mercadoría en stock</p> <p>Cobro das subvencións pendentes</p>
PRESIÓN DE PRODUTOS SUBSTITUTOS	<p>Media</p> <p>Competencia de farmacias, parafarmacias, grandes superficies comerciais e outro tipo de establecementos non-especializados</p>
PODER DE NEGOCIACIÓN DOS PROVEDORES	<p>Media-alta</p> <p>Existencia de poucos provedores deste tipo de produtos</p>
PODER DE NEGOCIACIÓN DOS CLIENTES	<p>Baixa</p> <p>Escaseza de establecementos deste tipo</p> <p>Subvención por parte do Sergas dalgúns artigos, ou dunha parte proporcional do prezo dos mesmos</p>

A intensidade da competencia neste tipo de actividade considérase baixa. O número de ortopedias localizadas en Galicia a través das consultas levadas a cabo en directorios comerciais é de 158. a maior parte das mesmas encóntranse situadas en grandes núcleos de poboación das provincias da Coruña e Pontevedra.

No entanto, cómpre sinalar a competencia exercida por farmacias, parafarmacias, grandes superficies comerciais e outro tipo de establecementos non-especializados no caso de determinados produtos como, por exemplo, tendas de deporte en artigos de protección (muñequeras, nocelleiras, neoprenos, etc.), tendas de colchóns e tendas de mobles no caso de camas e outro tipo de produtos de descanso, zapaterías (calcañeiras, soletas, etc.).

3.3. Provedores

Os provedores das materias primas que precisan estes establecementos son comerciantes por xunto e, nalgúns casos, fabricantes, dependendo do tipo de produto do cal se trate.

Os aspectos máis valorados para a selección dun provedor segundo os expertos consultados, son a calidade dos produtos e o servizo. Existen poucos provedores deste tipo de produtos, o que limita a capacidade de elección das ortopedias.

Os métodos máis habituais de localización inicial dos mesmos é a través da propia visita do provedor, guías profesionais do sector ("Guía puntex", etc.), páxinas web, feiras e congresos do sector ou asociacións:

Páxinas web:

- www.xunta.es/conselle/fm/dxmaior/
- www.ortofarma.com/index.asp
- ortopedia.rediris.es/lista/lista.html
- www.laortopedia.com/

Feiras:

FERIA Tecnología para la Discapacidad y las Personas Mayores
Valencia- España

Asociacións:

**ASOCIACIÓN DE FABRICANTES E DISTRIBUIDORES DE
ORTOPEDIA (AFDO)-FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORTESISTAS
PROTESISTAS (FEDOP)**

Capitán Haya, N° 56, 6° H
28020 Madrid

Tel: 915 71 66 40

Fax: 915 71 51 29

E-Mail: fedop@infonegocio.com

3.4. Análise DAFO

O Análise DAFO é unha ferramenta analítica que permite coñecer o entorno do mercado actual e as previsións futuras da evolución dun negocio. A través do DAFO obtemos unha visión interna e externa da nosa actividade respecto ao mercado no que vamos a operar. Ademais facilita a toma de decisións futuras de carácter estratéxico.

Basease en catro puntos fundamentais: a nivel externo a empresa, é dicir, o entorno socioeconómico no que opera, analízanse as posibilidades futuras da empresa (Oportunidades) e handicaps actuais (Ameazas). Por outra parte, a nivel interno da empresa existen ventaxas competitivas (Puntos Fortes) e carencias esenciais (Puntos Febles).

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<p>>Sector dominado por grandes empresas fabricantes que diversifican a súa produción e entran en todo aquel segmento que estimen de interese.</p> <p>>A obsolescencia do produto é, en ocasións, moi rápida, o que dificulta a eliminación de stock.</p>	<p>>Crecemento da poboación de máis idade: maiores necesidades asociadas á saúde</p> <p>>Crecemento específico de nichos de demanda: novas liñas de actividade, novas tecnoloxías, etc.</p> <p>>Importante esforzo en investigación (investimento en I+D) do sector fabricante nalgunhas liñas de actividade.</p> <p>>Grandes investimentos vinculados á investigación en produtos/equipamentos altamente sofisticados, o que posibilita un servizo de calidade</p>
PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<p>>Atención personalizada e calidade do servizo.</p> <p>>Capacidade de fidelización do cliente.</p> <p>>Utilización de novas tecnoloxías para pór en marcha a venda do produto.</p> <p>>Melloras na presentación e distribución dos artigos.</p>	<p>>Venda por catálogo, Internet, etc.</p> <p>>Concentración xeográfica das empresas.</p> <p>>Estruturas empresariais pouco desenvolvidas.</p> <p>>Falta de cultura empresarial con respecto a este sector</p>

4. ÁREAS DA EMPRESA

4.1. Carteira de productos

A gama de artigos ortopédicos, así como os servizos dunha ortopedia deséñanse en función á asistencia e rehabilitación de persoas con algunha discapacidade funcional.

Todos os produtos pretenden ofrecer solucións técnicas para a mobilidade das persoas na súa actividade diaria, a través dunha atención profesional e personalizada.

A carteira de artigos dunha ortopedia tenta manter a seguranza, comodidade e independencia das persoas de mobilidade reducida. Este artigos pódense organizar baixo os seguintes epígrafes:

- Aseo: Artigos deseñados para que as persoas realicen todas as funcións do aseo persoal, proporcionándolles axuda para sentar ou incorporarse, tanto no inodoro, como na bañeira ou ducha. Ademais, existen produtos de maior tamaño máis complexos como táboas, barras e agarradeiras, cadeiras de rodas para seren utilizados no inodoro, bañeira ou ducha.
- Mobilidade: Andadores, bastóns e cadeiras de rodas deseñados de maneira ergonómica, que garanten a seguranza e mobilidade das persoas que teñen unha discapacidade funcional.
- Grúas: aparellos que facilitan o transporte e traslado de persoas cun alto grao de mobilidade reducida, sendo adecuadas para manobrar en lugares estreitos ou para realizar actividades como vestirse e espirse.
- Descanso: Camas, cadeiras de brazos, colchóns, coxíns e complementos que facilitan o descanso da persoa que sofre unha discapacidade funcional.
- Vida diaria: As persoas que ven diminuída a súa capacidade de movemento teñen que realizar actividades cotiás, como vestirse, comer ou asearse. Por iso existen diversos artigos que axudan estas persoas a melloraren a súa calidade de vida: tesoiras de pedicura, pastilleiros, ramplas, vasos con asas, manoplas axustables, calzador plástico, abotoador, etc.
- Prótese: Peza ou aparello artificial que substitúe un órgano ou unha parte do corpo humano.
- Órtese: Artigos que proporcionan comodidade e maior calidade de vida ás persoas que teñen unha mobilidade reducida: bandas, estribeiras, colares cervicais, faixas, xustillos, xeonlleiras, calzado, etc.

Os artigos máis demandados son aqueles que serven para a asistencia e rehabilitación de persoas con algunha discapacidade funcional.

As ortopedias ofrecen aos seus clientes servizos que complementan a súa actividade principal como poden ser: entrega a domicilio ou adaptacións á medida. Outro tipo de servizos que os usuarios comezan a demandar é o de aluguer de artigos, asesoramento técnico e médico ou asistencia a domicilio.

4.2. Outras variables de marketing

Os elementos de comunicacións máis empregados por este tipo de establecementos son o boca a boca, rótulo no exterior do local, anuncios nos xornais ou emisoras de radio e televisión locais, etc. En xeral, debes incidir naqueles medios que son vistos e oídos sobre todo por xente maior, posto que as persoas maiores configuran un importante segmento da túa clientela e son máis accesibles por medio deste tipo de publicidade.

Os profesionais do sector desempeñan un papel fundamental á hora da venda final dos produtos, os cales requiren dunha prescrición especializada por seren produtos moi personalizados de cara ao paciente. Deste modo, debes procurar que fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais, traumatólogos e médicos en xeral coñezan e recomenden os teus produtos.

Unha coidada atención ao cliente e un completo catálogo on line como elemento diferencial e de valor engadido, poden ser unha forma idónea de incrementar as vendas. Un catálogo electrónico, con fotos, descricións detalladas, medidas, tallas, etc. Non só é útil como un medio adicional de venda, especialmente relevante para aqueles clientes con mobilidade reducida, senón que cumpre unha función informativa e resolutive de dúbidas para o técnico ortopedista e de prescrición para o profesional médico.

Para o usuario deste tipo de artigos non só é importante adquirir unha axuda técnica, senón dispor dun servizo de reparación rápido e fiable, que lle permita á persoa con discapacidade desenvolver a súa vida normalmente nun breve prazo de tempo. Deberás contar, por tanto, cun servizo técnico rápido e eficaz para a realización de adaptacións ou amaños dos artigos comercializados.

4.3. Situación

Os artigos que venden as ortopedias e a tipoloxía de clientes que os adquiren van influír na localización do local. As ortopedias sitúanse en zonas céntricas das cidades, ben comunicadas e de fácil acceso para os usuarios. En ocasións poden situarse en zonas periféricas próximas aos centros de saúde.

4.4. Viabilidade económica

Os principais investimentos iniciais son:

- Acondicionamento do local: 24.000 euros, que inclúe as obras necesarias para iniciar a actividade.
- Mobiliario: 6.000 euros para a compra do mostrador e de estantes.
- Equipamento informático: 1.700 euros, que inclúe un computador e o TPV (Terminal Punto de Venda).
- Stock inicial: 18.000 euros mercadoría necesaria para iniciar a actividade. Esta cifra varía en función das dimensións do local e o estado no que se atope. Para cada caso en particular deberás pedir orzamentos co fin de determinar de modo máis exacto esta cantidade.
- Gastos de constitución: 1.800 euros para os gastos de notaría, rexistro e outros.

Segundo as entrevistas realizadas, estímase que a marxe media sobre vendas é do 47%, aínda que este dato pode variar dunha actividade a outra.

Dentro dos gastos variables encóntrase o gasto correspondente ao stock inicial. O emprendedor ten que facer fronte ao gasto que supón a adquisición da mercadoría, obxecto de exposición no establecemento, ao inicio da actividade, posto que terá que adquirir o produto co descoñecemento de se a venderá ou non.

En gastos de persoal inclúese o salario e o gasto na Seguridade Social do emprendedor, ademais de catorce pagas, que ascende a 1.200 euros.

En relación aos ingresos, o emprendedor debe ter en conta que probablemente sufrirá un pequeno descenso das vendas durante o período estival e no final do ano, polo que ten que ser previsor para cubrir os gastos durante ese período de falta de vendas.

Unha conta de resultados estimada para unha empresa tipo sería a que se mostra a continuación:

CONCEPTO	IMPORTE
INGRESOS	100.000
Ingresos de explotación	100.000
Total gastos variables	53.000
Consumo de explotación	53.000
INGRESOS VARIABLES-GASTOS FIXOS	47.000
TOTAL GASTOS FIXOS	37.010
Gastos de persoal (soldos+SS) *	16.800
Aluguer do local	8.000
Subministracións **	1.200
Comunicacións ***	1.200
Publicidade	1.400
Servizos profesionais independentes	1.400
Gastos financeiros ****	1.545
Seguros	1.200
Amortizacións	4.265
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	9.990
% sobre volume de vendas	9,99%

*Inclúe o salario bruto do emprendedor (14 pagas)**Inclúe: luz e auga**Inclúe: luz e auga***Inclúe: Teléfono, Fax e Internet****O emprendedor financia o 50% do investimento cun préstamo de 25.750 euros ao 6%.Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

5. PECULIARIDADES DA ACTIVIDADE

- O mercado potencial das ortopedias está formado polas persoas con algunha discapacidade funcional, as persoas maiores e, en menor medida, os deportistas e os nenos.
- Nos servizos persoais á saúde, o cliente valora a atención recibida e a calidade do servizo prestado ou do produto adquirido.
- Os artigos ortopédicos ofrecen solucións técnicas para a mobilidade das persoas na súa actividade diaria, a través dunha atención profesional e personalizada.
- Os artigos máis demandados son aqueles que serven para a asistencia e rehabilitación de persoas con algunha discapacidade funcional.
- Dadas as dificultades que moitos clientes teñen para desprazárense as ortopedias ofrecen aos seus clientes o servizo de entrega do produto e realización de probas no domicilio dos mesmos.

6. RECOMENDACIÓNS

- O número de persoas con algunha discapacidade funcional e de persoas maiores está a se incrementar en España, representando o mercado potencial das ortopedias, aínda que o emprendedor debe ter en conta outros sectores da poboación, como nenos ou deportistas.
- Existen servizos novos que os usuarios empezan a demandar, como o aluguer de artigos para persoas con incapacidades temporais (cadeiras de rodas, camas, etc.).
- É importante que o emprendedor estea ben formado ou conte con algún especialista na materia co fin de dar asesoramento técnico sobre produto e asesoramento sobre patoloxías.
- Neste tipo de negocios débese potenciar a atención personalizada ao cliente ofrecéndolle solucións técnicas e médicas que melloren a súa calidade de vida.
- Deberás contar cun servizo técnico rápido e eficaz para a realización de adaptacións ou amaños dos artigos.
- Se non se dispón dun obradoiro ortopédico, é recomendable subcontratares o servizo dun.
- Fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais, traumatólogos e médicos en xeral poden actuar como prescritores dos teus produtos polo que debes procurar que coñezan e recomenden o teu establecemento.

7. NOTA DE AUTORES

As referencias nominais subministradas nesta Guía, tales como centros de estudo, asociacións, institucións, feiras, páxinas web, etcétera, que o lector pode atopar ao longo da lectura deste documento non pretenden ser unha enumeración exhaustiva, senón unha mostra orientativa das entidades detectadas durante a elaboración deste estudo. É posible que existan outras referencias, similares ás mencionadas, que non foron incluídas por non constituíren tales relacións o obxectivo principal da presente Guía.

Todos os datos relacionados con estatísticas, lexislación, cursos, axudas e calquera outra información susceptible de ser actualizada, foron obtidos durante a realización da presente Guía.

Santiago, novembro de 2007