

Empresa de mensajería: entra en un sector

que necesita un bajo nivel de inversión

# El servicio más rápido

*Dedicación plena y un amplio conocimiento del sector son algunas de las características imprescindibles para crear un negocio de mensajería. Todavía hay oportunidades para establecerse en un sector en el que están surgiendo nuevos mercados y clientes.*

El volumen de negocio de las empresas de mensajería y paquetería aumentará un 11% en 2004 y un 9% en 2005". Así de optimista se muestra un estudio realizado por DBK. El mismo estudio revela otros datos interesantes, como que el volumen total de negocio generado por las empresas del sector se situó en 2003 en 5.230 millones de euros, ascendiendo a 4.100 el número de empresas en el mismo año.

### Oportunidades

"La mensajería tenderá a desaparecer, permaneciendo sólo empresas muy especializadas. Las más preparadas evolucionarán hacia la logística; las más débiles desaparecerán", comenta Carlos de Benito, de Mensur Envíos, SL ([www.mensur.es.kz](http://www.mensur.es.kz)). Juan Godino, director de West Fargo ([www.westfargo.es](http://www.westfargo.es)), puntualiza: "Es un sector muy competitivo en el que para sobrevivir hay que adaptarse a las necesidades de cada cliente. Las posibilidades de diversificación son ilimitadas". **Nuevos mercados.** "Con la aparición de Internet y del fax ha habido una pérdida

real en el negocio de la mensajería. A cambio, han surgido nuevos mercados como la paquetería, paquetería urgente, nacional e internacional", comenta Godino. Nuevos mercados relacionados con la distribución del comercio electrónico, almacenamiento de productos, logística... **Valor añadido.** Una de las oportunidades que brinda el sector pasa por ofrecer un valor añadido a la clientela. Por ejemplo, además de entregar un paquete-documentación, se puede preparar a gusto del cliente para la entrega.

### Radiografía del sector

El de la mensajería es un sector dominado por la gran empresa, que aglutina el 85,8% de la facturación total. Pero hay oportunidades. Según un informe realizado por Deloitte para la

Asociación Española de Empresas de Mensajería, en el que analiza el subsector de la paquetería y mensajería entre 1998 y 2002, su crecimiento medio en este periodo fue del 13,4%.

EMPRESAS DEL SECTOR	Grandes	Medianas	Pequeñas
Concentración	38,9%	34,5%	26,6%
Facturación	85,8%	12,0%	2,2%

### Inversión mínima necesaria

Te detallamos la inversión mínima necesaria para iniciar la actividad empresarial. Tendrás que contar con un colchón para hacer frente a los gastos de personal, publicidad, suministros, etc., además de contar con un capital social mínimo de 60.000 euros.

Gastos de primer establecimiento (gastos de constitución de la SL + trámites administrativos)	3.400 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	2.500 euros
Reforma y mobiliario	13.700 euros
TOTAL:	19.600 euros

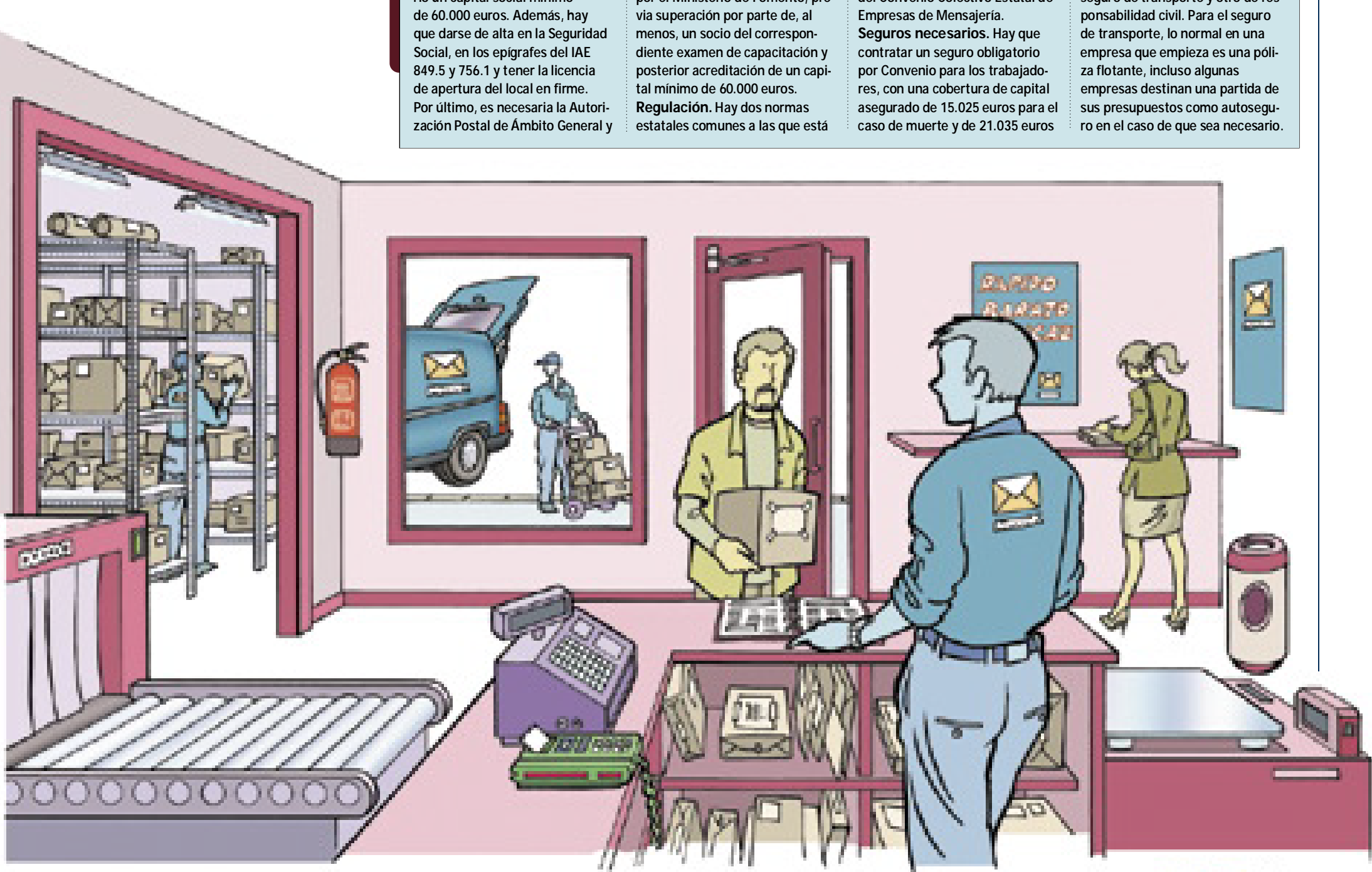
### Pasos necesarios

Hay que constituir una sociedad mercantil en cualquiera de sus formas -SA, SL...-, siendo obligatorio un capital social mínimo de 60.000 euros. Además, hay que darse de alta en la Seguridad Social, en los epígrafes del IAE 849.5 y 756.1 y tener la licencia de apertura del local en firme. Por último, es necesaria la Autorización Postal de Ámbito General y

la Tarjeta de Operador de Transportes (OT) para poder desarrollar la actividad. Son expedidas por el Ministerio de Fomento, previa superación por parte de, al menos, un socio del correspondiente examen de capacitación y posterior acreditación de un capital mínimo de 60.000 euros. **Regulación.** Hay dos normas estatales comunes a las que está

sujeito el sector: la Ley Postal y la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT), además del Convenio Colectivo Estatal de Empresas de Mensajería. **Seguros necesarios.** Hay que contratar un seguro obligatorio por Convenio para los trabajadores, con una cobertura de capital asegurado de 15.025 euros para el caso de muerte y de 21.035 euros

para el caso de invalidez permanente o absoluta. Genesca recomienda, además, contratar un seguro de transporte y otro de responsabilidad civil. Para el seguro de transporte, lo normal en una empresa que empieza es una póliza flotante, incluso algunas empresas destinan una partida de sus presupuestos como autoseguro en el caso de que sea necesario.



PLAN DE NEGOCIO

Perfil del negocio

Un emprendedor se establece en un local de unos 100 m². Para iniciar la actividad empresarial aportará un capital de 60.000 euros, contando con cinco mensajeros y dos personas dedicadas a la labor comercial, control administrativo y gestión de incidencias. Ampliará la plantilla en octubre con dos mensajeros adicionales.

Gastos de personal

“Tiene que haber un departamento comercial, un departamento de administración y otro de tráfico con personal en la oficina que coordine las operaciones, además de conductores”, explica Carlos de Benito. En este sector los gastos de personal vienen fijados por el Convenio Colectivo Estatal de Empresas de Mensajería, válido para todo el territorio español. Los salarios están determinados según la categoría profesional. El caso de los mensajeros es especial, ya que esta categoría implica que será el trabajador el dueño del vehículo con que trabaja. Su sueldo se estipula en relación a una serie de parámetros que varían en función del número de habitantes de la población donde trabaja.

Pago de los seguros

Una vez contratados, los seguros se contabilizarán en el Presupuesto de Tesorería como un pago (1.392 e, incluyendo el IVA) apuntando como contrapartida en la cuenta de Periodificación de Seguros del activo del Balance (1.100 e sin el IVA). Normalmente, este tipo de facturas corresponden a un periodo anual y, por tanto, cada mes habrá que trasladar el importe correspondiente a la Cuenta de Resultados mediante el criterio de devengo (100 e mensuales), descontando en cada periodo dicho importe en la cuenta de Periodificación de seguros. En nuestro ejemplo, el importe que aparece en enero será 1.100 e correspondientes a los 1.200 e de la factura menos los 100 e devengados y llevados como un gasto a Pérdidas y Ganancias de dicho periodo.

El primer ejercicio en cifras

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul		Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Prestación servicios	9.500	10.000	10.300	10.500	11.000	11.500	11.800		7.000	11.500	16.000	16.500	18.500	144.100
Alquiler oficina	800	800	800	800	800	800	800		800	800	800	800	800	9.600
Gastos de Personal	9.198	9.198	9.198	9.198	9.198	9.198	9.198		9.198	9.198	11.447	11.447	11.447	117.125
Servicios subcontratados	225	338	173	150	300	188	188		225	188	450	338	450	3.210
Seguros	100	100	100	100	100	100	100		100	100	100	100	100	1.200
Otros Gastos	2.000	2.000	2.000	2.500	2.500	2.500	1.500		1.500	1.500	2.000	2.000	2.150	24.150
Dotación a la provisión por insolvencias de tráfico													990	990
Dotación para la amortización	114	114	114	114	114	114	114		114	114	114	114	114	1.370
RESULTADOS	-2.937	-2.550	-2.085	-2.362	-2.012	-1.400	-100		-4.937	-400	1.089	1.701	2.449	-13.545

PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul		Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería	0	44.989	39.850	46.064	37.942	44.954	34.917		34.891	28.635	35.850	29.717	42.273	
COBROS														
Prestación de servicios	5.510	5.800	17.284	6.090	18.444	6.670	19.894		4.060	17.574	9.280	25.520	10.730	146.856
Capital	60.000													60.000
TOTAL TESORERÍA	65.510	50.789	57.134	52.154	56.386	51.624	54.811		38.951	46.209	45.130	55.237	53.003	206.856
PAGOS														
Reforma y mobiliario	6.851						6.851							13.702
Alquiler oficina	928	928	928	928	928	928	928		928	928	928	928	928	11.136
Fianza oficina	1.600													1.600
Gastos de Personal	7.430	7.430	7.430	10.184	7.430	12.530	10.184		7.430	7.430	11.948	9.194	14.994	113.615
Servicios subcontratados		261	392	200	174	348	218		218	261	218	522	392	3.202
Seguros	1.392													1.392
Otros Gastos	2.320	2.320	2.320	2.900	2.900	2.900	1.740		1.740	1.740	2.320	2.320	2.494	28.014
TOTAL PAGOS	12.533	4.049	4.800	9.199	6.901	9.936	13.126		9.968	9.960	10.024	14.161	17.074	121.730
SALDO TESORERÍA	50.599	48.696	46.448	40.613	38.352	31.896	22.830		16.457	14.038	15.034	13.865	13.032	13.032

BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul		Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
ACTIVO														
Inmo. material e inmaterial	13.702	13.702	13.702	13.702	13.702	13.702	13.702		13.702	13.702	13.702	13.702	13.702	
Amor. acum. para inmovilizado	-114	-228	-343	-457	-571	-685	-799		-913	-1.028	-1.142	-1.256	-1.370	
Fianzas constituidas	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600		1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	
Clientes	4.750	9.750	5.150	10.400	5.500	7.250	5.900		9.400	5.750	13.750	8.250	17.500	
Prov. insolvencias de tráfico						4.000							-990	
Caja y Bancos	44.989	39.850	46.064	37.250	44.262	34.226	32.015		25.760	32.975	25.294	37.850	29.773	
Periodificación seguros	1.100	1.000	900	800	700	600	500		400	300	200	100	0	
Hacienda Pública, IVA soportado	640	1.124	1.626	263	815	1.391	111		509	913	-38	482	1.008	
TOTAL ACTIVO	66.667	66.797	68.700	63.559	66.008	62.084	53.029		50.457	54.211	53.366	60.728	61.222	
PASIVO														
Capital	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	
Resultado Ejercicio	-2.937	-5.487	-7.572	-9.934	-11.947	-13.347	-13.446		-18.384	-18.784	-17.695	-15.994	-13.545	
Proveedores	7.076	7.189	7.024	7.001	7.151	7.039	188		225	188	450	338	450	
Personal, SS y Hacienda	918	1.836	2.754	918	1.836	2.754	918		1.836	2.754	1.170	2.340	3.510	
Remun. pdtes. de pago	850	1.700	2.550	3.400	4.250	0	850		1.700	2.550	3.633	4.717	0	
Hacienda Pública, IVA repercutido	760	1.560	3.944	2.174	4.718	5.638	4.520		5.080	7.504	5.808	9.328	10.808	
TOTAL PASIVO	66.667	66.797	68.700	63.559	66.008	62.084	53.029		50.457	54.211	53.366	60.728	61.222	

Clientes

Los clientes suelen ser empresas –más que particulares– que abren una cuenta mensual por el importe de las prestaciones realizadas. Dependiendo del poder contractual que tenga, la cuenta se liquidará cada mes, cada dos o cada tres. “Aunque depende de la compañía, se puede cobrar a 20 días desde la fecha de emisión de la factura. Por eso no es un tipo de negocio que obligatoriamente necesite un colchón financiero para poder sobrevivir”, comenta Juan Godino, director de West Fargo. Sin embargo, Javier Lucero, de Jid Courier, hace hincapié en el hecho de que nos encontramos en un sector en el que hay mucho riesgo de impago y en el que habitualmente se cobra a varios meses vista. Desde el punto de vista contable, el ingreso por el servicio prestado se refleja en la Cuenta de Resultados a través de la partida Prestación de Servicios en el periodo en el que se haya realizado el mismo. Si el cliente nos paga en el momento, la contrapartida se hará con un cobro en Tesorería, pero si hay una parte que no se liquida en el momento, este importe aparecerá en la Cuenta de clientes hasta que se haga efectivo el pago y, entonces, se contabilizará en Tesorería. En nuestro plan financiero hemos supuesto que al 50% del total de lo que se factura se le aplica un periodo medio de cobro de dos meses, ingresando el resto del importe en el momento por caja.

Publicidad

En nuestro supuesto, hemos incluido este gasto en la cuenta Otros gastos. “La publicidad directa es la que mejor funciona en este tipo de negocios: se suelen hacer visitas comerciales, llamadas telefónicas para presentar los productos a los clientes, etcétera”, comenta Javier Lucero, propietario de Jid Courier. Por otro lado, Juan Godino, de West Fargo añade que “Internet también atrae a muchos clientes aunque, en general, lo que más funciona son las fórmulas publicitarias convencionales.”

Prestación de servicios

“El mes de mayor facturación es el de diciembre, con motivo de la campaña de Navidad, y el menor es agosto, por las vacaciones estivales”, comenta Carlos de Benito, de Mensur Envíos. A lo que Alberto Genescà añade que “el primer año de vida, una empresa con una plantilla de 10 o 12 trabajadores puede llegar a tener una facturación aproximada de entre 150.000 y 200.000 euros.” La facturación mensual se apuntará en la cuenta Prestación de Servicios de Pérdidas y Ganancias por el valor de la base imponible de las facturas. Sin embargo, el importe que cobramos al cliente y que se refleja en Tesorería, lleva IVA. ¿Dónde llevamos ese IVA? En contabilidad hay dos tipos de IVA: el soportado y el repercutido. El que cobramos al cliente será el IVA repercutido por la empresa y se contabilizará en el Pasivo del Balance. El soportado es aquel que corresponde a todas las compras realizadas y se contabiliza en el Activo del Balance. Ambos se liquidarán trimestralmente con Hacienda (en enero, abril, julio y octubre).

► **Crecimiento económico.** “El propio crecimiento del país hace que las necesidades de las empresas en contratar servicios postales y de transporte aumenten”, explica Alberto Genescà, presidente de la Asociación Española de Empresas de Mensajería (AEM, tel. 91 556 76 85). **Rápido punto de equilibrio.** “En dos años se puede recuperar la inversión. Es uno de

los sectores en los que se amortiza más rápido”, explica Javier Lucero, propietario de Jid Courier (Tel. 91 220 33 53). “La inversión inicial no es elevada”. **Amenazas** “La rotación laboral se podría considerar el principal problema de la mensajería, si la morosidad no es excesiva”, comenta

de Benito. A lo que Godino añade que “la selección de personal cualificado también se ha convertido en una amenaza para el sector, ya que los mensajeros que se encuentran en el mercado laboral no están cualificados.” **Morosidad.** Según un estudio realizado por Deloitte para la AEM, en 2002 el sector de la mensajería-paquetería tenía un ►

Cuadro de conceptos contables

‘PROVISIÓN POR OPERACIONES DE TRÁFICO’

El riesgo de impago está presente en todos los negocios. Para trasladar ese riesgo a la contabilidad, lo haremos a través de las Provisiones por Operaciones de Tráfico. En nuestro supuesto, se hace una estimación global, realizando una provisión a finales de año. **Dotar la provisión.** Figurará en el Activo del Balance compensando las cuentas de clientes y/o deudores. Para contabilizarla, se realizará un abono en la cuenta Provisión para insolvencias de Tráfico, siendo la contrapartida un cargo que incrementa el valor de Dotación a la provisión para insolvencias de tráfico, que servirá para llevar el gasto provisionado a Pérdidas y Ganancias. **Aplicar la provisión.** Una vez eliminado el riesgo de impago, para que desaparezca el importe del activo del Balance, tendremos que disminuir la cuenta Provisión para insolvencias de Tráfico, con incremento en la de Provisión para insolvencias de tráfico aplicada de Pérdidas y Ganancias.



## Un medio de reparto atípico y ecológico

Combinar un servicio ecológico y rentable al mismo tiempo. Este es el objetivo de las bicimensajerías que pertenecen a la AMB (Agrupación de Mensajerías en Bicicleta). Ciudades como Barcelona, Bilbao, Mallorca o Zaragoza tienen desde hace años sus propias mensajerías en bicicleta.

### Abrirse hueco

Encontrar una oportunidad de negocio en un sector tan competitivo como el del transporte urgente resulta complicado. Monserrat González, administradora de Pedal Pack (Tel. 942 03 61 00), bicimensajería ubicada en Santander, inició la actividad empresarial, junto con dos socios, en 2000. “Analizamos los estudios existentes en varias Cámaras de Comercio y llegamos a la conclusión de que el sector del transporte sería uno de los que mayor crecimiento experimentaría en los siguientes años. Por un lado, sabíamos que había una necesidad de rapidez de entrega a bajo precio de venta. Por otra parte, y conociendo la madurez del sector del transporte urgente, nos pusimos

a buscar alguna alternativa para entrar en un entorno tan competitivo. Así, adoptamos una fórmula que nos resultaba atractiva, puesto que los nuevos espacios urbanos tienden a una limitación del tráfico rodado a motor,” explica González.

### Rentabilizar el negocio

“Sacar rentabilidad de la bicimensajería es muy difícil: para conseguirlo necesitas abrir el abanico de servicios. Nosotros hemos evolucionado y, además de la mensajería y del reparto domiciliario, ofrecemos servicios de almacenaje. Hemos incrementado la oferta a medida que van aumentando las necesidades de los clientes”, comenta Monserrat González. De hecho, para sobrevivir hay que adaptarse al mercado, diversificando el negocio en la medida de lo posible ya que, según comenta González, la competencia es tan grande que el precio deja un margen muy pequeño para el beneficio. “A medida que nos vamos dando a conocer surgen oportunidades de negocio que procuramos aprovechar. La idea es que



Los creadores de Pedal Pack ofrecen un amplio abanico de servicios para sacar rentabilidad al negocio de la bicimensajería.

cuando un cliente tiene un problema o una necesidad relacionados con nuestra actividad, desde el momento en que nos llama para solicitar nuestra colaboración, nos esmeramos en ganar su confianza para que el cliente se olvide y piense que se lo vamos a resolver de forma eficiente”, añade.



*Las posibilidades de diversificación son ilimitadas si sabes adaptarte a tus clientes*

➤ periodo medio de cobro de 80 días, frente a un periodo medio de pago a proveedores de 40 días. “Es un tipo de negocio en el que, en términos generales, no se cobra bien. Por eso es aconsejable tener un trato fluido con el cliente para intentar cobrar enseguida”, comenta Lucero.

**Guerra de precios.** “Muchas empresas pueden bajar el precio de mercado por-

que establecen salarios inferiores a los que marca el convenio. Sin embargo, es una amenaza relativa si consigues fidelizar al cliente ofreciéndole un valor añadido”, explica Juan Godino.

**Intrusismo profesional.** “Es un sector con intrusismo profesional, algo que todavía no se ha llegado a erradicar. Además de la competencia desleal de

Correos, que pretende hacerse hueco en el mercado *express* tirando los precios”, comenta Alberto Genescà.

### Franquicias

Según Tormo & Asociados, el número de redes de franquicias que operan en el sector ha pasado de 12 a 14 en el último año, y el número de establecimientos, de 1.642 a 2.148. “Las franquicias son las que aportan la mayor parte de los ingresos del sector. El hecho de tener presencia en todas las provincias les permite ofrecer servicios que no están al alcance de las empresas locales”, explica Genescà. Por eso, si decides establecerte en el sector, franquiciarte será una de tus posibilidades.



Celia García

Ilustración: David Villanueva. Fotos: Santos Ordo.

### Emprendedores 'on line'

En [www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es) puedes descargar los planes de negocio publicados hasta la fecha: agencia inmobiliaria, restaurante, agencia de viajes, academia de idiomas, agencia de traducción, casa rural, agencia de publicidad,

gimnasio, tienda delicatessen, empresa de software, tienda de moda, videoclub, turismo activo, org. de eventos, peluquería, herbolario, bar de copas, autoescuela, consultora de Internet, guardería, tienda de vinos, administradora de

fincas, panadería, parafarmacia, bufete legal, empresa de reformas, tienda de animales, tienda de fotos, empresa de catering, empresa de servicios a comunidades, empresa de telemarketing, academia de baile y Garden Center.