



PLAN DE TRANSFORMACIÓN
DEL COMERCIO EN ZONAS
RAMBLA Y SALAMANCA

MÓDULO 5: ASPECTOS LEGALES Y OPERATIVOS DEL COMERCIO

Plan de Transformación del Comercio - Zonas Rambla y Salamanca

PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO COMERCIAL
Zonas Salamanca, Centro y Rambla

El 'Plan de Transformación del Comercio de las Zonas Comerciales Rambla y Salamanca' es un proyecto ejecutado por el Ayuntamiento de Santa Cruz, a través de la Sociedad de Desarrollo, y cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa FEDER Canarias 2021-2027, "Una manera de hacer Europa", en el marco de la convocatoria Canarias Destino Comercial Inteligente.

1. Marco normativo del comercio en Canarias

Abrir un comercio en Canarias implica cumplir con requisitos legales que garantizan que tu negocio opere de forma legal y segura. Conocer estos requisitos desde el inicio te evitará multas, retrasos en la apertura y problemas que podrían comprometer tu proyecto.

En Santa Cruz de Tenerife existen particularidades normativas relacionadas con el régimen fiscal especial de las islas, las regulaciones municipales y las zonas comerciales específicas.

1.1. Licencias y permisos necesarios para la apertura

Antes de poder vender tu primer producto, necesitas obtener licencias y permisos que autorizan legalmente tu actividad comercial. Estos documentos demuestran que tu local cumple con las normativas de seguridad, salubridad, accesibilidad y ordenación urbana. Sin ellos, no puedes operar legalmente y te expones a sanciones que pueden incluir el cierre del establecimiento.

El primer paso es darte de alta como autónomo en la Seguridad Social y obtener tu número de identificación fiscal. Una vez tengas esto resuelto, puedes comenzar con las licencias específicas del local comercial.

La licencia de apertura es el permiso municipal que te autoriza a abrir tu comercio en un local determinado. Para obtenerla, debes presentar un proyecto técnico firmado por un profesional competente que certifique que el local cumple con las condiciones necesarias para tu actividad. Este proyecto incluye planos del local, descripción de la actividad, medidas de seguridad y accesibilidad.

Dependiendo del tipo de comercio, es posible que necesites permisos adicionales. Si vas a vender alimentos, necesitarás autorización sanitaria. Si tu comercio incluye un rótulo luminoso en la fachada, necesitarás licencia de publicidad exterior. Si vas a ocupar parte de la vía pública con una terraza o expositor, deberás solicitar licencia de ocupación de dominio público.

Es importante que inicies estos trámites con suficiente antelación respecto a la fecha prevista de apertura. Un retraso en las licencias puede significar tener el local listo, el stock comprado y los empleados contratados sin poder empezar a vender. Trabajar con un gestor administrativo especializado puede ayudarte a evitar errores y agilizar todo el proceso.

1.2. Normativa específica de las ZGAT (Zonas de Gran Afluencia Turística)

Las Zonas de Gran Afluencia Turística, conocidas como ZGAT, son áreas geográficas donde se permite a los comercios plena libertad para abrir en domingos y festivos durante todo el año o en periodos específicos. Esta declaración te otorga mayor flexibilidad horaria para captar clientes, especialmente turistas que transitan por estas zonas.

Para saber si tu local está dentro de una ZGAT, puedes consultar el Boletín Oficial de Canarias o acudir al Ayuntamiento para confirmarlo. Es importante tener esta información clara antes de firmar el contrato de alquiler, especialmente si tu estrategia comercial depende de abrir en domingos y festivos.

Aunque tengas libertad horaria, debes cumplir con la normativa laboral correspondiente. Si tienes empleados, abrir en

domingos y festivos implica aplicar las compensaciones económicas y descansos que marca el Estatuto de los Trabajadores. Además, no estás exento de cumplir con las regulaciones municipales sobre ruidos, limpieza y orden público.

Ten en cuenta que la declaración de estas zonas no es permanente. El Gobierno de Canarias puede modificarlas en función de la evolución del comercio y del turismo, por lo que es recomendable estar atento a las actualizaciones normativas.

1.3. Horarios comerciales y regulaciones locales

Los horarios comerciales en Canarias están regulados por la Ley de Comercio de Canarias y por ordenanzas municipales. Los comercios minoristas pueden abrir de lunes a sábado sin restricciones horarias específicas, siempre que respeten las ordenanzas sobre ruido y orden público. El domingo tiene mayores restricciones, y fuera de las ZGAT solo puedes abrir los domingos autorizados dentro de un máximo anual establecido por la normativa.

Los festivos también están sujetos a regulación. Algunos permiten la apertura comercial, mientras que días como el 1 de enero, Viernes Santo y 25 de diciembre suelen ser de cierre obligatorio para la mayoría de comercios. Es importante consultar el calendario festivo cada año para planificar tu operativa.

Si tu comercio tiene música ambiental o genera ruido perceptible desde el exterior, asegúrate de cumplir con los límites de volumen y horarios establecidos por las ordenanzas municipales. En zonas residenciales, las restricciones son más estrictas en horario nocturno. Del mismo modo, si planeas colocar expositores o elementos en la acera frente a tu local, necesitas un permiso de ocupación de dominio público.

Para actividades potencialmente molestas o peligrosas, como talleres o almacenamiento de productos inflamables, existen regulaciones adicionales sobre horarios de operación y medidas de seguridad. Consulta con un gestor administrativo o con el Ayuntamiento para asegurarte de cumplir con todos los requisitos desde el principio.

1.4. Errores comunes al tramitar licencias y cómo evitarlos

Tramitar las licencias para abrir un comercio es una fuente habitual de errores que retrasan la apertura y generan costes adicionales. Uno de los errores más frecuentes es empezar las obras de acondicionamiento antes de tener la licencia aprobada. Si el proyecto técnico requiere modificaciones, las obras realizadas pueden no cumplir con los requisitos. Lo correcto es esperar a tener la licencia antes de iniciar cualquier obra.

Otro error común es no identificar todas las licencias necesarias desde el principio. Muchos emprendedores se centran en la licencia de apertura y olvidan permisos complementarios como autorizaciones sanitarias o licencias de publicidad. Haz una lista completa de todas las licencias que necesitas y gestionalas en paralelo desde el inicio.

Presentar documentación incompleta también es habitual. Si falta algún documento, el ayuntamiento devolverá el expediente para que lo corrijas, añadiendo semanas o meses al proceso. Trabaja con un profesional experimentado y revisa toda la documentación antes de presentarla.

No calcular bien los plazos de tramitación genera una presión innecesaria. Los plazos pueden alargarse por múltiples razones, así que planifica con al menos dos o tres meses de margen desde la solicitud hasta la fecha prevista de

apertura.

El coste de contratar a un gestor administrativo especializado suele compensarse al evitar errores, agilizar trámites y liberarte tiempo para centrarte en otros aspectos del negocio. Considera esta opción si no tienes experiencia previa en este tipo de gestiones.

2. Selección y gestión de proveedores

Elegir bien a tus proveedores es una de las decisiones más importantes que tomarás al montar tu comercio. Tus proveedores no solo te suministran los productos que vas a vender, sino que también influyen directamente en tu rentabilidad, en la calidad de tu oferta y en tu capacidad para responder a la demanda de tus clientes. Una mala elección puede generarte problemas de stock, retrasos en las entregas o productos que no cumplen con las expectativas de tus clientes.

En Canarias, la gestión de proveedores tiene particularidades relacionadas con la logística insular. Trabajar con proveedores locales puede reducir tiempos de entrega y costes de transporte, pero en algunos casos necesitarás proveedores peninsulares o incluso internacionales para acceder a ciertos productos. Entender estas dinámicas te ayudará a construir una red de proveedores eficiente y adaptada a tu modelo de negocio.

2.1. Criterios para seleccionar proveedores adecuados

Seleccionar proveedores no consiste solo en encontrar quien te venda al precio más bajo, debes evaluar múltiples factores que afectan la operativa de tu comercio. A continuación, los criterios más importantes que debes considerar:

- **Fiabilidad en las entregas:** Un proveedor que no cumple plazos puede dejarte sin stock en momentos críticos y hacerte perder ventas. Pregunta a otros comerciantes sobre su experiencia con proveedores específicos antes de comprometerte.
- **Calidad del producto:** Si vendes productos de baja calidad, tus clientes no volverán. Solicita muestras antes de hacer pedidos grandes y verifica que los productos cumplen con tus estándares y con las expectativas de tu público objetivo.
- **Condiciones de pago:** Algunos proveedores exigen pago por adelantado, otros te permiten pagar a 30, 60 o 90 días. Al inicio, cuando tu flujo de caja es limitado, trabajar con proveedores que te ofrezcan flexibilidad en los pagos puede marcar la diferencia.
- **Volumen mínimo de pedido:** Algunos proveedores solo trabajan con pedidos grandes, lo que puede ser inviable para un comercio pequeño que recién empieza. Busca proveedores que acepten pedidos pequeños al inicio y que te permitan escalar conforme crece tu negocio.

Además de estos criterios principales, evalúa la capacidad de respuesta y el servicio postventa. Un proveedor que responde rápido a consultas, gestiona bien las incidencias y te apoya en momentos de urgencia es mucho más valioso que uno que solo te vende barato pero luego desaparece cuando tienes un problema.

2.2. Negociación efectiva con proveedores locales y peninsulares

Negociar bien con tus proveedores puede mejorar significativamente tu margen de beneficio y las condiciones operativas de tu comercio. La clave está en prepararte antes de la negociación: conoce los precios de mercado, entiende qué márgenes maneja el proveedor y ten claro qué condiciones son prioritarias para ti.

Cuando negocies precios, no te centres solo en el coste por unidad. Considera también los costes de envío, los plazos de entrega y las condiciones de devolución. En Canarias, los costes logísticos pueden ser significativos, así que un proveedor local que te vende un 10% más caro pero sin costes de envío puede resultar más económico que uno peninsular con precio más bajo pero con gastos de transporte elevados.

Los plazos de pago son otro elemento negociable. Si el proveedor te ofrece descuentos por pronto pago pero tú necesitas más plazo para mejorar tu tesorerías, negocia un término medio que funcione para ambos. Explica tu situación con transparencia: muchos proveedores están dispuestos a ser flexibles con comercios nuevos si ven que eres serio y tienes un proyecto sólido.

Ten en cuenta que el volumen del pedido también es negociable. Si el proveedor exige un mínimo que te resulta alto, propón empezar con un pedido más pequeño y comprométete a incrementar el volumen conforme tu negocio crezca. Algunos proveedores aceptan esta propuesta si perciben que pueden ganar un cliente a largo plazo.

Finalmente, no tengas miedo de pedir referencias o condiciones similares a las que el proveedor ofrece a otros comercios de tu sector. Si sabes que un competidor tiene mejores condiciones, úsalo como argumento de negociación. La mayoría de proveedores prefieren igualar condiciones antes que perder un cliente potencial.

2.3. Contratos, condiciones de pago y gestión de plazos

Formalizar la relación con tus proveedores mediante contratos claros es fundamental para evitar malentendidos y proteger ambas partes. Un contrato debe especificar precios, plazos de entrega, condiciones de pago, política de devoluciones y responsabilidades en caso de incumplimiento. No confíes en acuerdos verbales, especialmente para proveedores con los que trabajarás de forma recurrente.

Las condiciones de pago más comunes son pago anticipado, pago contra entrega, o pago diferido a 30, 60 o 90 días. Al inicio, es probable que muchos proveedores te pidan pago anticipado porque no tienen un historial contigo. Conforme demuestres que pagas puntualmente, podrás negociar plazos más largos que mejoren tu flujo de caja.

Gestionar bien los plazos de pago es clave para mantener una buena relación con tus proveedores. Pagar a tiempo genera confianza y te abre puertas para negociar mejores condiciones en el futuro. Si en algún momento prevés que no podrás pagar en el plazo acordado, comunícalo al proveedor con antelación y propón un plan de pago alternativo. La mayoría valorarán la transparencia y estarán dispuestos a buscar soluciones.

La política de devoluciones también debe estar clara desde el inicio. Si recibes productos defectuosos o que no corresponden con lo pedido, necesitas saber cómo gestionará el proveedor la devolución y el reemplazo. Algunos proveedores asumen todos los costes de devolución, otros los comparten contigo. Tener esto claro evita conflictos posteriores.

2.4. Cómo mantener relaciones sólidas con tus proveedores

Una relación sólida con tus proveedores va más allá de pagar a tiempo, se trata de construir una colaboración donde ambas partes ganen. Para ello:

- **Comunícate regularmente con ellos:** Infórmales sobre cómo evoluciona tu negocio y comparte feedback sobre los productos que te suministran. Los proveedores valoran a los clientes que les dan información útil para mejorar su oferta.
- **Trata a tus proveedores con respeto y profesionalidad:** Si tienes un problema con un pedido, comunícalo de forma constructiva en lugar de confrontacional, los proveedores son más propensos a ayudarte si mantienes un tono colaborativo. Recuerda que ellos también tienen sus propios desafíos operativos y que una actitud positiva facilita la resolución de incidencias.
- **Sé fiel a tus proveedores cuando demuestren que son fiables:** Cambiar de proveedor constantemente buscando el precio más bajo puede parecer una buena estrategia a corto plazo, pero a largo plazo pierdes los beneficios de tener relaciones consolidadas. Los proveedores leales suelen ofrecerte mejores condiciones, prioridad en entregas urgentes y flexibilidad en momentos difíciles.

También considera organizar reuniones periódicas con tus proveedores principales para revisar cómo va la colaboración, identificar áreas de mejora y planificar pedidos futuros. Este tipo de comunicación proactiva fortalece la relación y te permite anticiparte a problemas antes de que aparezcan.

2.5. Errores frecuentes en la gestión de proveedores

Uno de los errores más comunes es elegir proveedores únicamente por precio, ignorando factores como la fiabilidad, la calidad y el servicio. Un proveedor barato que entrega tarde, con productos defectuosos o con mala atención, acaba costándote más en ventas perdidas y estrés operativo.

Otro error es no diversificar proveedores. Depender de un solo proveedor para un producto crítico es arriesgado. Si ese proveedor tiene problemas, tú te quedas sin stock y sin alternativas. Trabaja con al menos dos proveedores para productos clave, así tienes un plan B en caso de emergencia.

Muchos emprendedores cometen el error de pedir grandes cantidades de stock al inicio para conseguir mejores precios, pero luego se quedan con productos que no rotan y capital inmovilizado. Es mejor empezar con pedidos pequeños, entender qué productos funcionan y escalar gradualmente conforme validas la demanda real.

Finalmente, no comunicar problemas a tiempo es otro error grave. Si detectas un problema con un producto o una entrega, infórmalo inmediatamente al proveedor. Esperar genera complicaciones mayores y reduce las opciones de solución. La comunicación rápida y transparente es esencial para mantener relaciones sanas.

3. Gestión de inventario y stock

Un inventario mal gestionado puede dejarte sin productos cuando los clientes los demandan, o llenarte de stock que no se vende y que inmoviliza tu capital. El equilibrio está en tener suficiente stock para atender la demanda sin excederte al punto de generar costes innecesarios de almacenamiento y obsolescencia.

En un comercio local, la gestión de inventario debe ser ágil y adaptada a la realidad de tu espacio, tu capacidad de inversión y tu flujo de clientes. No necesitas sistemas complejos al inicio, pero sí necesitas claridad sobre qué tienes, qué vendes y cuándo debes reponer.

3.1. Planificando tu stock inicial

Planificar tu stock inicial requiere equilibrio entre tener variedad suficiente para atraer clientes y no invertir todo tu

capital en productos que aún no sabes si se venderán. El stock inicial debe cubrir al menos dos semanas de operación en condiciones normales, dándote tiempo para validar qué productos funcionan antes de hacer reposiciones grandes. El primer paso es definir tu surtido básico: los productos esenciales que siempre debes tener disponibles porque son los que tus clientes esperan encontrar. En una tienda de alimentación, serían productos de primera necesidad; en una tienda de ropa, las tallas y colores básicos de tus prendas principales. Este surtido básico debe representar aproximadamente el 70% de tu stock inicial.

El 30% restante puedes dedicarlo a productos de prueba: artículos que crees que pueden funcionar pero sobre los que aún no tienes certeza. Compra cantidades pequeñas de estos productos y observa la respuesta de los clientes. Si funcionan, aumentas el stock en la siguiente reposición. Si no funcionan, no repites y tampoco quedas con mucho inventario invendible.

Considera la estacionalidad al planificar tu stock inicial. Si abres en verano, prioriza productos de temporada que tengan demanda inmediata. No inviertas en stock de temporadas futuras hasta que valides que tu negocio funciona y tengas claridad sobre el comportamiento de tus clientes.

Y no descartes hablar con tus proveedores sobre la posibilidad de hacer pedidos de prueba pequeños con opción de reposición rápida. Muchos proveedores aceptan esta modalidad para clientes nuevos. Esto te permite probar productos sin comprometer demasiado capital y ajustar tu oferta en función de la respuesta real del mercado.

3.2. Modelos de gestión de inventario para pequeños comercios

Para pequeños comercios, los modelos de gestión de inventario deben ser simples y prácticos. Existen varios enfoques que puedes adaptar según tu tipo de negocio y recursos disponibles. A continuación, los modelos más útiles para comercios locales son:

- **Modelo de punto de reorden:** Consiste en definir un nivel mínimo de stock para cada producto (por ejemplo, 10 unidades). Cuando el inventario de ese producto alcanza ese nivel mínimo, realizas un nuevo pedido al proveedor. Este modelo es fácil de implementar incluso con hojas de cálculo y te ayuda a evitar quedarte sin stock de productos clave.
- **Modelo ABC:** Clasifica tus productos en tres categorías según su importancia en ventas. Los productos A son los que generan el mayor volumen de ventas y requieren seguimiento constante. Los productos B tienen ventas intermedias y pueden revisarse semanalmente. Los productos C son de baja rotación y se revisan mensualmente. Esta clasificación te permite enfocar tu atención en lo que realmente importa.
- **Inventario just-in-time:** Busca minimizar el stock manteniendo solo lo necesario para la operación inmediata y reponiendo con frecuencia. Este modelo reduce costes de almacenamiento pero requiere proveedores muy fiables con entregas rápidas. En Canarias, este modelo puede ser complicado por los plazos logísticos, así que úsalo solo si tienes proveedores locales confiables.
- **Control visual:** Para comercios muy pequeños, consiste simplemente en revisar físicamente tu stock cada pocos días y reponer cuando veas que se está agotando. Aunque no es sofisticado, funciona bien si tienes pocos productos y mucha presencia en el local.

Elige el modelo que mejor se adapte a tu realidad operativa y de recursos. Puedes incluso combinar varios: usar punto de reorden para productos A, clasificación ABC para priorizar el seguimiento, y emplear el control visual para productos C de baja rotación.

3.3. Rotación de productos y control de existencias

La rotación de inventario mide cuántas veces vendes y repones tu stock en un periodo determinado. Una rotación alta indica que tus productos se venden rápido, lo cual es positivo porque no inmovilizas tu capital. Una rotación baja significa que los productos permanecen mucho tiempo en el local sin venderse, lo que genera costes de almacenamiento y riesgo de obsolescencia.

Para calcular la rotación, divide el coste de los productos vendidos durante un periodo entre el valor promedio del inventario en ese mismo periodo. Si tu rotación es muy baja, identifica qué productos no se mueven y toma decisiones: aplica descuentos para liquidarlos, devuélvelos al proveedor si es posible, o decide no reponerlos en el futuro.

El control de existencias debe ser continuo, no solo una tarea que haces al final del mes. Implementa un sistema simple de registro donde anotas entradas y salidas de productos. Puede ser una hoja de cálculo, una aplicación gratuita de gestión de inventario o incluso un cuaderno si tu negocio es muy pequeño. Lo importante aquí es la constancia.

También realiza inventarios físicos periódicos para validar que lo que tienes registrado coincide con la realidad. Las discrepancias pueden deberse a errores de registro, robos o productos dañados. Identificar estas diferencias te permite corregir problemas y mejorar tu control operativo.

Por último: identifica productos de baja rotación que están ocupando un espacio valioso y capital. Si un producto lleva más de tres meses sin venderse, es señal de que debes tomar acción. No te aferres emocionalmente a productos que no funcionan. Tomar decisiones rápidas sobre qué eliminar de tu oferta es clave para mantener un inventario saludable.

3.4. Caso práctico: Cálculo del stock óptimo para tu comercio en la Rambla de Santa Cruz

Vas a abrir un comercio en un local real situado en la Rambla de Santa Cruz, una de las zonas más transitadas y visibles de la ciudad. Este espacio, con 173 m² distribuidos entre una planta principal y un sótano, fue anteriormente una sucursal bancaria y conserva una estructura amplia y diáfana que permite organizar distintas zonas: una de exposición y atención al cliente en la planta superior, y otra de almacenamiento y reposición en la planta inferior.



El escaparate de grandes dimensiones garantiza alta visibilidad, mientras que los techos altos y la distribución abierta facilitan la colocación de mobiliario y expositores adaptados a distintos tipos de producto. Este tipo de local es perfecto para un comercio especializado de productos de media rotación, como papelería, artículos de regalo o complementos de moda.

El reto, en este tipo de espacios, es mantener el equilibrio entre aprovechar la amplitud para mostrar una amplia variedad de producto y evitar una inversión excesiva en stock que inmovilice el capital. A continuación, veremos cómo aplicar el cálculo del stock óptimo teniendo en cuenta las características del local y del negocio.

Imaginemos que instalas una tienda de papelería y oficina en este local. Vendes en promedio 50 cuadernos al mes de un modelo específico que cuesta 2 euros de compra y vendes a 4 euros. Tu proveedor te entrega en una semana desde que haces el pedido y te exige un mínimo de 20 unidades por pedido.

En la práctica, el sótano del local te permite mantener un pequeño stock de reserva sin ocupar espacio en la zona de venta, lo que facilita una gestión eficiente del inventario sin saturar la exposición. Sin embargo, disponer de más espacio no significa que debas acumular más producto: lo importante es calcular el punto exacto en el que tu inversión en stock es suficiente, pero no excesiva.

Para calcular tu stock óptimo usando el modelo de punto de reorden que vimos previamente, primero determinas tu consumo semanal promedio: 50 cuadernos al mes son aproximadamente 12 por semana. Luego añades un margen de seguridad del 25% para cubrir picos de demanda imprevistos: $12 + 3 = 15$ cuadernos como stock de seguridad semanal. Tu nivel mínimo de stock (punto de reorden) sería 15 cuadernos, porque esa cantidad te cubre la semana que tarda el proveedor en entregar. Cuando tu inventario llega a 15 cuadernos, haces un pedido de 20 unidades (el mínimo que acepta tu proveedor). Con este sistema, nunca te quedas sin stock y no tienes inventario excesivo.

En este caso, disponer de una planta inferior amplia te da margen para mantener un stock de respaldo en periodos de alta demanda. Si observas que durante septiembre y octubre (inicio del curso escolar) las ventas se triplican, puedes usar el sótano para almacenar hasta 60 unidades y ajustar temporalmente tu punto de reorden a 45. Una vez finalizada la campaña, vuelves al nivel normal y liberas espacio para otros productos de rotación más baja.

Este cálculo simple lo puedes replicar para cada uno de tus productos clave, especialmente aquellos de mayor venta o margen. Con este método, logras un control efectivo sin necesidad de herramientas complejas. A medida que tu comercio crece, puedes aprovechar las dimensiones del local para organizar el inventario por zonas o familias de producto, optimizando la rotación y el acceso rápido a las existencias.

El uso racional del espacio físico y del capital invertido en stock es fundamental en locales de gran tamaño como este. La amplitud no debe traducirse en exceso de inventario, sino en una distribución estratégica: más visibilidad para los productos de alta rotación y un almacenamiento ordenado y controlado para los de menor demanda.

A medida que tu comercio evoluciona, puedes considerar herramientas digitales que te ayuden a automatizar estos cálculos y hacer el seguimiento en tiempo real. Pero al inicio, una hoja de cálculo bien organizada y actualizada con disciplina es suficiente para gestionar de forma eficiente tu stock y tu tesorería.

Este ejemplo está basado en un local real disponible en la Rambla de Santa Cruz, preparado para acoger nuevos proyectos comerciales. Si te imaginas aplicando este u otro método de gestión de stock en este mismo espacio, puedes

conocer más detalles sobre él [pinchando aquí](#).

4. Logística insular y gestión de envíos

La logística en Canarias tiene particularidades derivadas de la insularidad que debes conocer para gestionar eficientemente el flujo de mercancías hacia tu comercio. Estas particularidades afectan los tiempos de entrega, los costes de transporte y la documentación necesaria para que tus productos lleguen sin problemas.

Entender cómo funciona la logística insular te permitirá planificar mejor tus pedidos, anticipar retrasos y optimizar costes.

4.1. Estrategias para reducir tiempos y costes en envíos

Reducir tiempos y costes logísticos es fundamental para mantener la competitividad de tu comercio. Una de las estrategias más efectivas es consolidar pedidos siempre que sea posible. En lugar de hacer múltiples pedidos pequeños a lo largo del mes, agrupa compras de diferentes productos en un solo envío. Esto reduce costes de transporte por unidad y simplifica la gestión de recepciones.

Trabajar con proveedores que tengan almacenes o distribuidores en Canarias puede reducir significativamente los tiempos de entrega y eliminar trámites aduaneros. Aunque el precio por unidad pueda ser ligeramente superior, el ahorro en logística y la rapidez de reposición suelen compensar esa diferencia. Pregunta siempre a tus proveedores si tienen presencia local antes de asumir que debes traer todo desde la península.

Por otro lado, planificar tus pedidos con antelación te permite elegir opciones de envío más económicas. El transporte marítimo es más lento que el aéreo pero considerablemente más barato para volúmenes medianos y grandes. Si no tienes urgencia, opta por el marítimo y ahorra costes que impactan directamente en tu margen.

Negociar tarifas con operadores logísticos también es posible, especialmente si prevés un volumen regular de envíos. Contacta con empresas de transporte que operen la ruta península-Canarias y solicita tarifas para clientes recurrentes. Algunas ofrecen descuentos por volumen o contratos anuales que pueden reducir tus costes logísticos.

Finalmente, recuerda mantener una comunicación constante con tus proveedores sobre los plazos reales de entrega. Muchos proveedores peninsulares no conocen bien los tiempos logísticos a Canarias y pueden darte estimaciones incorrectas. Aclara desde el principio que necesitas plazos realistas para planificar tu stock adecuadamente.

4.2. Documentación aduanera

Aunque Canarias forma parte de España, está fuera del territorio aduanero de la Unión Europea en ciertos aspectos, lo que implica trámites documentales específicos para el movimiento de mercancías. Entender esta documentación te ayudará a evitar retrasos y problemas en las entregas.

El DUA (Documento Único Administrativo) es el documento principal para operaciones que cruzan la aduana. Recoge información detallada sobre la mercancía: descripción, valor, origen y destinatario. Normalmente, tu proveedor o el operador logístico se encarga de tramitar el DUA, pero debes asegurarte de que lo gestionan correctamente para evitar que tu mercancía quede retenida en aduana.

El T2LF es un documento que acredita el carácter comunitario de las mercancías que se mueven entre la península y Canarias. Este documento evita la doble tributación y facilita el tránsito aduanero. Actualmente se utiliza en formato electrónico (T2LF electrónico), lo que agiliza los trámites. Tu proveedor debe proporcionártelo junto con la mercancía.

En cuanto a la fiscalidad y como posiblemente bien sabrás, las operaciones dentro de Canarias están sujetas al IGIC (Impuesto General Indirecto Canario), mientras que las importaciones desde la península pueden tener tratamientos especiales. Consulta con tu gestor fiscal para asegurarte de cumplir correctamente con estas obligaciones.

4.3. Gestión de operadores logísticos

Elegir el operador logístico adecuado es tan importante como elegir un buen proveedor. El operador es quien garantiza que tu mercancía llegue en tiempo y forma, y una mala elección puede generarte dolores de cabeza recurrentes.

Los principales operadores que cubren la ruta península-Canarias incluyen empresas especializadas en transporte insular que conocen bien las particularidades del territorio. Pregunta a otros comerciantes locales qué operadores utilizan y cuál ha sido su experiencia. Las recomendaciones directas suelen ser la mejor guía.

Al evaluar operadores, considera no solo el precio sino también la fiabilidad, los tiempos de tránsito, la cobertura de seguros y la calidad del servicio de atención al cliente. Un operador barato que pierde mercancías o que no responde cuando hay incidencias acaba costándote más que uno con tarifas ligeramente superiores pero confiable.

Establece expectativas claras con tu operador desde el inicio. Define los plazos de entrega esperados, qué sucede si hay retrasos, cómo se gestionan las incidencias y quién asume los costes en caso de daños o pérdidas. Documenta todo esto para evitar malentendidos posteriores.

Y haz un seguimiento activo de tus envíos. La mayoría de operadores ofrecen sistemas de tracking online que te permiten saber dónde está tu mercancía en cada momento. Úsalos para anticiparte a posibles retrasos y planificar tu operativa en consecuencia.

Como te habrás dado cuenta, al trabajar con operadores logísticos la mayoría de los mismos principios que ya vimos al gestionar proveedores: la importancia de no centrarse únicamente en el precio, establecer expectativas claras desde el inicio y mantener una comunicación fluida y transparente. Al final del día, estás trabajando con personas y empresas donde la confianza mutua resulta tan valiosa como las tarifas. Lo específico de los operadores logísticos es asegurarte de que las coberturas de seguros son adecuadas para proteger tu mercancía y utilizar los sistemas de seguimiento para anticiparte a posibles retrasos o incidencias.

5. Contratación y gestión de recursos humanos

Contratar a tu primer empleado es un paso importante que cambia la dinámica de tu comercio. Dejas de ser solo tú gestionando todo y pasas a coordinar un equipo, por pequeño que sea. Esta transición requiere claridad sobre aspectos legales, operativos y de gestión del día a día.

Desde la selección hasta la gestión diaria, cada decisión que tomes sobre tu equipo afectará directamente la

experiencia de tus clientes y la eficiencia de tu operación.

5.1. Cuándo y cómo contratar tu primer empleado

Decidir cuándo contratar a tu primer empleado depende de varios factores. El primero es la necesidad operativa: si ya no puedes atender adecuadamente a todos tus clientes, si necesitas ampliar horarios o si hay tareas que te quitan tiempo de actividades más estratégicas, probablemente sea el momento de contratar.

El segundo factor es la viabilidad económica. Antes de contratar, asegúrate de que tus ingresos pueden cubrir el salario, las cotizaciones a la Seguridad Social y los costes asociados de forma sostenida. Un empleado no es solo su sueldo bruto: debes considerar también las cargas sociales, que pueden representar aproximadamente un 30% adicional sobre el salario.

Cuando decidas contratar, define claramente el perfil que necesitas. No busques el empleado perfecto que sepa hacer de todo, busca alguien que cubra las necesidades específicas de tu comercio. Prioriza la actitud y la disposición a aprender sobre la experiencia previa, especialmente en comercios pequeños donde la flexibilidad y el buen trato con clientes son más valiosos que conocimientos técnicos avanzados.

El proceso de selección puede ser simple: publica una oferta clara en portales de empleo locales, redes sociales o en el propio escaparate de tu comercio. Realiza entrevistas breves donde evalúes no solo habilidades sino también si la persona encaja con los valores de tu negocio. Pregunta sobre la disponibilidad horaria, la experiencia previa en atención al cliente y la motivación para trabajar en comercio local.

Una vez seleccionado el candidato, formaliza todo por escrito. Elabora un contrato de trabajo que especifique funciones, horarios, salario, periodo de prueba y condiciones laborales. Consulta con un gestor laboral para asegurarte de que el contrato cumple con la normativa vigente y con el convenio colectivo del sector comercio.

5.2. Tipos de contratos

Existen diversos tipos de contratos laborales y elegir el adecuado depende de tu situación específica. Los más comunes para comercios locales son:

- **Contrato indefinido:** Es el contrato estándar sin fecha de finalización. Ofrece mayor estabilidad al empleado y puede darte acceso a bonificaciones en las cotizaciones sociales, especialmente si contratas a personas de colectivos con dificultades de inserción laboral.
- **Contrato temporal:** Tiene una duración determinada y se justifica para necesidades concretas como sustituciones, picos estacionales o proyectos específicos. La normativa laboral limita el uso de contratos temporales, así que asegúrate de que tu situación justifica este tipo de contrato.
- **Contrato a tiempo parcial:** Permite contratar para jornadas reducidas (por ejemplo, 20 horas semanales en lugar de 40). Es útil para comercios que no necesitan cobertura de jornada completa o que quieren probar la incorporación de un empleado sin asumir el coste completo desde el inicio.
- **Contrato de formación:** Dirigido a jóvenes sin cualificación, combina trabajo con formación. Tiene beneficios fiscales y puede ser una buena opción si estás dispuesto a invertir tiempo en formar a alguien desde cero.

Cada tipo de contrato tiene implicaciones legales, fiscales y de costes diferentes. Es fundamental que consultes con un gestor laboral antes de decidir qué tipo de contrato utilizar. Ellos te ayudarán a elegir la opción más adecuada y a tramitar correctamente el alta del trabajador en la Seguridad Social.

5.3. Formación y desarrollo del equipo

Formar adecuadamente a tu empleado desde el primer día es una inversión que se traduce en mejor servicio, menos errores y mayor autonomía operativa. No asumas que por tener experiencia previa en comercio ya sabe cómo funciona tu negocio específico.

Dedica los primeros días a explicar cómo opera tu comercio: desde procedimientos de apertura y cierre, manejo de caja, atención al cliente, gestión de stock, hasta políticas de devoluciones y protocolos ante situaciones especiales. Documenta estos procedimientos en un manual sencillo que tu empleado pueda consultar cuando tenga dudas.

La formación en atención al cliente también es especialmente importante en comercio local, donde la experiencia personalizada marca la diferencia. Explica cuál es el tono y estilo de atención que quieres que tu empleado proyecte, cómo manejar quejas o clientes difíciles y qué valores representan tu comercio.

De la misma manera, fomenta el desarrollo continuo ofreciendo oportunidades de aprendizaje. Puede ser tan simple como compartir con tu empleado lo que aprendes sobre el sector, involucrarle en decisiones operativas o darle responsabilidad progresiva en áreas específicas del negocio. Un empleado que se siente valorado y en crecimiento es más comprometido y productivo.

Finalmente, realiza reuniones breves y periódicas para dar feedback, escuchar sus observaciones y resolver problemas. No esperes a que las cosas vayan mal para hablar con tu equipo. La comunicación regular y constructiva previene conflictos y fortalece la relación laboral.

5.4. Gestión diaria de equipos pequeños

Gestionar un equipo pequeño requiere equilibrar cercanía con profesionalidad. Al trabajar en espacios reducidos y con pocas personas, las relaciones son más directas, pero esto no debe diluir las expectativas laborales ni la claridad en roles y responsabilidades.

Para una excelente gestión de tu equipo:

- **Establece rutinas claras para la operación diaria:** Quién abre, quién cierra, cómo se organizan los turnos, cómo se reportan incidencias. Estas rutinas generan orden y evitan malentendidos. Usa herramientas simples como un cuaderno compartido, una aplicación de mensajería o un tablero en el local para coordinar tareas y comunicar información importante.
- **Sé justo y consistente en tu trato:** Si estableces una regla, aplícala siempre. Si permites excepciones, que sean justificadas y comunicadas con transparencia. La inconsistencia genera frustración y deteriora el ambiente laboral. La claridad y la equidad construyen confianza.
- **Reconoce el buen trabajo de tu equipo:** No hace falta grandes gestos, un agradecimiento sincero, reconocer públicamente un esfuerzo o permitir una flexibilidad ocasional en horarios son formas efectivas de motivar. Los empleados que se sienten valorados trabajan mejor y se comprometen más con el éxito del negocio.
- **Gestiona los conflictos de inmediato:** Si detectas tensiones, actitudes negativas o problemas entre miembros del equipo, no los ignores esperando que se resuelvan solos. Abórdalos directamente, escucha todas las partes y busca soluciones constructivas. Dejar que los problemas se enquisten daña la operativa y el clima laboral.

5.5. Errores comunes en la contratación y cómo evitarlos

Uno de los errores más frecuentes es contratar por urgencia sin evaluar adecuadamente al candidato. La presión de

necesitar a alguien rápido lleva a decisiones apresuradas que luego resultan en contrataciones problemáticas. Tómate el tiempo necesario para elegir bien, aunque eso signifique unos días más de sobrecarga de trabajo.

Otro error es no formalizar correctamente la relación laboral. Trabajar sin contrato, sin alta en Seguridad Social o con acuerdos verbales expone tu negocio a sanciones graves y conflictos legales. Siempre formaliza todo por escrito y cumple con todas las obligaciones laborales desde el primer día.

No definir claramente funciones y expectativas genera frustración en ambas partes. El empleado no sabe qué se espera de él y tú te frustras porque no hace lo que necesitas. Dedicar tiempo al inicio a explicar claramente el rol, las responsabilidades y los criterios de evaluación del desempeño.

Muchos comerciantes cometen el error de no ofrecer formación inicial suficiente y luego se quejan de que el empleado no hace las cosas bien. Nadie puede adivinar cómo funciona tu negocio. Invierte tiempo en la formación inicial y acompaña a tu empleado durante sus primeras semanas hasta que gane autonomía.

Por último, no consultar con un gestor laboral es un error costoso. Las normativas laborales son complejas y cambiantes. Un asesor especializado te ayudará a cumplir con todas las obligaciones, elegir el tipo de contrato adecuado y evitar sanciones por incumplimientos involuntarios. El coste de sus servicios es ínfimo comparado con los problemas que te evita.

6. Seguros y protección del negocio

Proteger tu comercio mediante seguros adecuados es una inversión en tranquilidad y sostenibilidad. Los seguros te protegen frente a riesgos que, aunque tengan baja probabilidad, pueden tener consecuencias devastadoras si se materializan.

No necesitas contratar todos los seguros existentes, pero sí los esenciales que cubran los riesgos más relevantes para tu tipo de negocio. Entender qué seguros existen y cuáles son realmente necesarios te permitirá tomar decisiones informadas y proteger tu inversión adecuadamente.

6.1. Tipos de seguros esenciales para un comercio físico

Los seguros para comercios cubren diferentes aspectos del negocio y puedes contratarlos de forma individual o en paquetes integrados. Los más relevantes para un comercio local son:

- **Seguro de responsabilidad civil:** Cubre daños que tu actividad comercial pueda causar a terceros. Por ejemplo, si un cliente se lesiona en tu local por un suelo resbaladizo o si un producto que vendes causa algún daño. Este seguro es prácticamente obligatorio y es lo primero que debes contratar.
- **Seguro de contenido:** Protege el mobiliario, equipamiento, stock y enseres de tu comercio frente a robos, incendios, daños por agua u otros siniestros. El "contenido" se refiere a todo lo que hay dentro del local (muebles, ordenadores, productos, decoración). Si pierdes tu stock por un incendio y no tienes seguro, deberás reponer todo de tu bolsillo, lo que puede ser inviable económicamente.
- **Seguro de local comercial:** Cubre daños estructurales del inmueble. Si eres propietario del local, este seguro es esencial. Si eres inquilino, normalmente el propietario tiene su propio seguro del edificio, pero conviene verificar qué cubre exactamente y si necesitas cobertura adicional para mejoras que hayas realizado.

- **Seguro de rotura de cristales:** Cubre la reposición de escaparates, puertas de vidrio y otros elementos de cristal que son costosos de reparar. En comercios con grandes escaparates, este seguro evita gastos inesperados significativos.

Cada aseguradora ofrece coberturas y condiciones diferentes. Dedicar tiempo a comparar varias opciones antes de contratar, leyendo atentamente qué incluyen y qué excluyen las pólizas. No te quedes solo con el precio: verifica también los límites de cobertura, las franquicias y los tiempos de respuesta ante siniestros.

6.2. Responsabilidad civil y protección legal

El seguro de responsabilidad civil merece especial atención porque te protege frente a reclamaciones que pueden ser económicamente devastadoras. Si un cliente sufre un accidente en tu local y te demanda, los costes legales y las posibles indemnizaciones pueden superar ampliamente el capital de tu negocio y llevarte a la ruina.

Este seguro cubre tanto los daños corporales (lesiones a personas) como los daños materiales (daños a propiedades de terceros) que puedan derivarse de tu actividad. También suele incluir una cobertura de defensa jurídica, es decir, los gastos legales necesarios para defenderte ante una reclamación, incluso aunque finalmente no tengas que pagar indemnización.

Las coberturas típicas incluyen accidentes de clientes dentro del local, daños causados por productos defectuosos que vendiste, daños a locales colindantes por incidentes en tu comercio (como una fuga de agua) y responsabilidad por daños causados por tus empleados en el ejercicio de sus funciones.

Mantén siempre actualizada tu póliza. Si cambias de actividad, amplías el local o modificas algo significativo en tu operación, infórmalo a la aseguradora para asegurar que sigues cubierto correctamente. No hacerlo puede resultar en que, al tener un siniestro, la aseguradora rechace tu reclamación por cambio de riesgos no comunicados.

6.3. Seguros para empleados y obligaciones legales

Cuando contratas empleados, tienes obligaciones legales en materia de seguros y prevención de riesgos laborales. No cumplir con estas obligaciones puede resultar en sanciones graves y en desprotección ante accidentes laborales.

La afiliación a la Seguridad Social es obligatoria y cubre, entre otras cosas, los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Este no es técnicamente un seguro privado que contrates, sino una obligación legal, pero funciona como cobertura para tus empleados en caso de lesiones o enfermedades derivadas del trabajo.

Además de la Seguridad Social, muchos comercios contratan seguros de accidentes complementarios que ofrecen coberturas adicionales para los empleados. Estos seguros son voluntarios pero pueden mejorar las condiciones laborales y atraer mejor talento. Habla con tu corredor sobre opciones accesibles para equipos pequeños.

La prevención de riesgos laborales también es obligatoria. Debes realizar una evaluación de riesgos de tu comercio e implementar medidas preventivas. Para comercios pequeños, existen servicios de prevención ajenos que gestionan estos aspectos por ti. No es estrictamente un seguro, pero es una obligación legal relacionada con la protección de tus empleados.

Si tienes empleados que manejan dinero, puedes considerar un seguro de fidelidad que cubra pérdidas por apropiación

indebida. Aunque esperas no necesitarlo, es una protección adicional frente a situaciones de fraude interno.

6.4. Seguros opcionales según el tipo de actividad

Además de los seguros esenciales, existen coberturas opcionales que pueden ser relevantes según tu tipo de comercio y tus circunstancias específicas:

- **Seguro de pérdida de beneficios:** Cubre la pérdida de ingresos si tu comercio debe cerrar temporalmente por un siniestro (incendio, inundación, etc.). Te compensa por los ingresos que dejas de percibir mientras reparas los daños y reabres.
- **Seguro cibernético:** Si tu comercio maneja datos de clientes online, realiza ventas por internet o depende significativamente de sistemas digitales, este seguro te protege frente a ciberataques, pérdida de datos o brechas de seguridad.
- **Seguro de transporte de mercancías:** Si regularmente transportas mercancía de alto valor entre tu comercio y otros lugares, este seguro cubre pérdidas o daños durante el transporte.
- **Seguro de crédito comercial:** Protege frente a impagos de clientes si trabajas con ventas a crédito. Es más relevante si vendes a otras empresas que para comercios que venden directamente al público al contado.

Evalúa estos seguros opcionales en función de tu nivel de riesgo real. No contrates coberturas que no necesitas solo porque un comercial te las ofrece, pero tampoco ignores riesgos relevantes por ahorrar en seguros. El equilibrio está en identificar tus riesgos principales y cubrirlos adecuadamente.

6.5. Cómo elegir tu paquete de seguros adecuado

Elegir el paquete de seguros correcto para tu comercio requiere evaluar tus riesgos específicos, tu presupuesto y las opciones disponibles en el mercado. No existe una solución única que funcione para todos.

Empieza por identificar los riesgos principales de tu actividad. Un comercio de alimentación tiene riesgos diferentes a una tienda de ropa. Un local en una planta baja con un gran escaparate tiene más riesgo de rotura de cristales que uno en un centro comercial cerrado. Analiza tu situación específica antes de decidir qué cubrir.

Consulta con varios corredores de seguros o aseguradoras para comparar opciones. No te quedes con la primera propuesta que recibas. Pide cotizaciones detalladas especificando qué cubre cada póliza, cuáles son las franquicias, los límites de cobertura y las exclusiones. Compara no solo precios sino también condiciones.

Considera tu capacidad financiera para asumir ciertos riesgos sin seguro. Si tienes una reserva económica que te permitiría reponer el stock o reparar daños menores, podrías optar por franquicias más altas que reducen la prima del seguro. Si no tienes ese colchón, es mejor pagar una prima algo superior pero tener franquicias bajas.

Lee siempre la letra pequeña de las pólizas antes de firmar. Presta especial atención a las exclusiones (situaciones que el seguro NO cubre) y a las obligaciones que asumes (como medidas de seguridad que debes implementar para que la cobertura sea válida). No firmes nada que no entiendas completamente.

Por último lugar: revisa tus seguros anualmente. Tu negocio evoluciona y tus necesidades de cobertura también. Cada año, antes de renovar automáticamente, evalúa si las coberturas siguen siendo adecuadas, si necesitas ampliarlas o si puedes encontrar mejores condiciones en el mercado. Los seguros no deben ser algo que contratas una vez y te olvidas.

7. Herramientas digitales para la gestión operativa

Las herramientas digitales pueden simplificar significativamente la gestión operativa de tu comercio, ahorrándote tiempo y reduciendo errores. La clave está en elegir herramientas que realmente necesites y que puedas implementar sin complicarte. Es mejor empezar con pocas herramientas bien utilizadas que intentar digitalizar todo de golpe y acabar abrumado.

7.1. Software para gestión de proveedores y pedidos

Gestionar proveedores y pedidos de forma digital te ayuda a mantener el control sobre tus compras, evitar errores y tomar mejores decisiones de reposición. Las herramientas más útiles para comercios locales incluyen:

- **Hojas de cálculo (Excel o Google Sheets):** La opción más básica y accesible. Puedes crear plantillas para registrar proveedores, hacer seguimiento de pedidos, calcular costes y mantener un historial de compras. Google Sheets tiene la ventaja de ser gratuito y accesible desde cualquier dispositivo.
- **Software de gestión de compras:** Herramientas como Holded, Quipu o Alegra incluyen módulos de gestión de proveedores donde puedes registrar contactos, hacer seguimiento de pedidos, generar órdenes de compra y vincular todo con tu contabilidad.
- **Aplicaciones de comunicación con proveedores:** Además de registrar pedidos, usa WhatsApp Business o correo electrónico para mantener una comunicación organizada con tus proveedores. Crea grupos o etiquetas específicas para cada proveedor y mantén un historial de conversaciones accesible.
- **Sistemas de alerta de reposición:** Algunas herramientas de gestión de inventario (que veremos más adelante) incluyen alertas automáticas cuando un producto alcanza su punto de reorden. Esto te avisa cuándo debes hacer un nuevo pedido sin tener que revisar manualmente todo el stock.

No necesitas empezar con la herramienta más sofisticada. Si eres muy pequeño, una buena hoja de cálculo organizada puede ser suficiente. Conforme creces, puedes migrar a software más especializado que automatice tareas y te dé mayor visibilidad sobre tu operación.

7.2. Herramientas para control de inventario

El control de inventario es una de las áreas donde las herramientas digitales aportan más valor. Permiten saber en tiempo real qué tienes, qué se está vendiendo y cuándo debes reponer. Las opciones más adecuadas para pequeños comercios son:

- **Loyverse:** Sistema mayormente gratuito que integra TPV (terminal punto de venta) con gestión de inventario. Te permite registrar ventas, actualizar stock automáticamente y generar informes básicos. Es ideal para comercios que recién empiezan porque no tiene coste y es muy intuitivo.
- **Inventarios en hojas de cálculo:** Si prefieres algo más manual pero estructurado, puedes usar plantillas de control de inventario en Excel o Google Sheets. Registras entradas, salidas y calculas existencias actuales. Es más trabajo manual pero te da un control total.
- **Software de gestión integral:** Herramientas como Holded, Quipu o Alegra también combinan el inventario con facturación y contabilidad en una sola plataforma.

Al elegir una herramienta de inventario, prioriza la facilidad de uso sobre funcionalidades complejas que probablemente no necesitarás. Una herramienta simple que uses consistentemente es mucho mejor que una sofisticada que abandonas porque es complicada.

7.3. Aplicaciones para gestión de empleados y turnos

Cuando tienes empleados, organizar turnos, controlar horarios y gestionar ausencias puede volverse caótico si lo haces solo con papel o conversaciones de WhatsApp. Existen herramientas específicas que simplifican esta gestión:

- **Aplicaciones de gestión de turnos:** Herramientas como Factorial, Kenjo o Bizneo permiten crear calendarios de turnos, que los empleados vean sus horarios desde su móvil, registrar fichajes de entrada y salida, y gestionar solicitudes de vacaciones o cambios de turno.
- **Hojas de cálculo compartidas:** Para equipos muy pequeños, una hoja de cálculo en Google Sheets con el calendario de turnos puede ser suficiente. Todos pueden acceder, ver sus turnos y tú puedes actualizarla fácilmente.
- **WhatsApp Business:** Aunque no es una herramienta de gestión de turnos propiamente dicha, puedes usarla para comunicar cambios, recordar turnos o coordinar rápidamente con tu equipo. Crea etiquetas y usa listas de difusión para mantener organizada la comunicación.
- **Sistemas de fichaje:** Aplicaciones como Factorial o Kenjo permiten a tus empleados fichar entrada y salida desde su móvil o desde un dispositivo en el local. Esto genera un registro automático de horas trabajadas que facilita el cálculo de nóminas.

La herramienta que elijas debe simplificar la comunicación y organización, no complicarla. Involucra a tu equipo en la elección: si la herramienta les resulta confusa o incómoda, no la usarán y volverás a gestionar todo manualmente.

7.4. Cómo integrar las herramientas digitales en tu operativa diaria

Incorporar herramientas digitales a tu comercio no significa digitalizar todo de golpe. La clave está en hacerlo gradualmente, empezando por las áreas donde más valor aportan y donde tengas mayor necesidad.

Empieza por una sola herramienta que resuelva un problema específico que te genera dolor operativo. Por ejemplo, si controlar el inventario te lleva mucho tiempo y cometes errores frecuentes, empieza por ahí. Implementa la herramienta, úsala consistentemente durante algunas semanas hasta que forme parte de tu rutina, y solo entonces considera añadir otra.

Dedica un tiempo inicial a configurar bien cada herramienta. Introduce tus datos correctamente, personaliza la herramienta según tus necesidades y aprende las funciones principales antes de usarla en tu operativa real. Una configuración deficiente al inicio genera frustración y puede llevarte a abandonar la herramienta.

Al mismo tiempo, forma a tu equipo en el uso de las herramientas que implementes. No asumas que por ser digitales son intuitivas para todos. Dedica tiempo a explicar cómo usar cada herramienta, por qué es importante usarla correctamente y qué beneficios aporta a la operación. Un equipo bien formado usa las herramientas de forma consistente.

Evalúa periódicamente si las herramientas están aportando el valor esperado. Si una herramienta no te simplifica la vida o nadie la usa, reemplázala o elimínala. No te aferres a herramientas por haberlas contratado. El objetivo es simplificar tu gestión, no añadir complejidad.

8. Examen final

A continuación encontrarás un examen de 10 preguntas tipo test para evaluar tu comprensión de los contenidos del módulo. Selecciona la respuesta correcta en cada pregunta. Solo una respuesta es válida por pregunta.

- ¿Cuál es el primer paso necesario antes de solicitar la licencia de apertura de un comercio?
 - Contratar a un empleado
 - Comprar el stock inicial
 - Darte de alta como autónomo en la Seguridad Social**
 - Instalar el rótulo del comercio
- ¿Qué significa que un local esté en una ZGAT (Zona de Gran Afluencia Turística)?
 - Que el alquiler es más barato
 - Que no necesitas licencia de apertura
 - Que tiene plena libertad para abrir en domingos y festivos**
 - Que estás exento de pagar impuestos
- ¿Cuál es el criterio más importante al seleccionar proveedores para tu comercio?
 - Que sean los más baratos siempre
 - Evaluar múltiples factores como fiabilidad, calidad y condiciones de pago**
 - Que estén ubicados en la península
 - Que solo vendan al por mayor
- ¿Qué es el modelo de punto de reorden en la gestión de inventario?
 - El precio mínimo al que puedes vender un producto
 - Un nivel mínimo de stock que indica cuándo hacer un nuevo pedido**
 - La fecha en que debes renovar tu stock completo
 - El número máximo de productos que puedes almacenar
- ¿Qué documento es necesario para acreditar el carácter comunitario de mercancías entre la península y Canarias?
 - DUA solamente
 - Factura con IVA
 - T2LF (documento electrónico)**
 - Certificado de origen
- ¿Cuándo es recomendable contratar a tu primer empleado?
 - Inmediatamente al abrir el comercio
 - Solo cuando tengas más de 2 años de experiencia
 - Cuando no puedas atender adecuadamente a los clientes y tus ingresos cubran el coste**
 - Nunca, es mejor trabajar siempre solo
- ¿Qué seguro es prácticamente obligatorio para cualquier comercio físico?
 - Seguro de transporte de mercancías
 - Seguro de responsabilidad civil**

- c. Seguro de pérdida de beneficios
 - d. Seguro cibernético
8. ¿Cuál es la ventaja principal de usar herramientas digitales para gestión de inventario?
- a. Eliminar completamente la necesidad de personal
 - b. Hacer que el negocio parezca más moderno
 - c. **Saber en tiempo real qué tienes, qué se vende y cuándo reponer**
 - d. Aumentar automáticamente las ventas
9. ¿Qué debes hacer si prevés que no podrás pagar a un proveedor en el plazo acordado?
- a. Ignorar el problema y esperar
 - b. Cambiar inmediatamente de proveedor
 - c. **Comunicarlo con antelación y proponer un plan de pago alternativo**
 - d. Dejar de hacer pedidos sin avisar
10. ¿Qué es el modelo ABC en la gestión de inventario?
- a. Un método para calcular el precio de venta
 - b. Una forma de organizar físicamente los productos en el almacén
 - c. **Una clasificación de productos según su importancia en ventas (A: mayor volumen, B: intermedio, C: baja rotación)**
 - d. Un sistema de contabilidad específico para Canarias



PLAN DE TRANSFORMACIÓN
DEL COMERCIO EN ZONAS
RAMBLA Y SALAMANCA