

300 planes de negocio

**Plan de negocio
BALNEARIO URBANO**

Sector de Ocio, Cultura y Deporte

Datos de 2006



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este proyecto se describe la creación de un balneario urbano o spa, es decir, un pequeño centro que ofrece tratamientos termales pero sin ofrecer alojamiento como los grandes balnearios.

Por tanto, se tratará de un balneario urbano con servicios de SPA y algunos básicos de estética. El SPA es un centro en el que se realizan programas de hidroterapia, es decir, técnicas que utilizan el agua como elemento principal, además de otros servicios relacionados con la salud y la belleza como son los masajes, saunas, etc.

1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

Para el sector de los balnearios y spa aún no existe una regulación específica, sólo general relacionada con las instalaciones eléctricas, instalación de aparatos, etc.

Una circunstancia importante a tener en cuenta respecto a la salud laboral, es el tema de la limpieza, ya que los baños y duchas pueden ser foco de contagio de enfermedades de la piel.

Además se debe tener en cuenta la siguiente normativa:

- Real Decreto 1599/1997 sobre productos cosméticos.
- Real Decreto 209/2005, de 25 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos.
- Real Decreto 1002/2002, de 27 de septiembre, por el que se regula la venta y utilización de aparatos de bronceado mediante radiaciones ultravioletas.

Otro aspecto importante a considerar es que se debe cumplir con la normativa municipal para este tipo de negocio y para el aforo de público permitido, en cuanto a salidas de emergencias.

1.2. Perfil del emprendedor

El proyecto está especialmente indicado para personas que tengan formación o experiencia previa en balnearios, centros de belleza o, incluso, en fisioterapia y masajes. En caso de no poseerla, estas personas pueden dedicarse a los servicios generales y recurrir a contratación de personal con la cualificación necesaria.

También es necesario que las personas que vayan a desarrollar este negocio tengan habilidades en la atención al cliente, dotes comerciales y un buen desempeño del trabajo.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El creciente interés por la salud y la cultura del cuerpo ha alcanzado en España en los últimos años unas altas cifras en cuota de mercado y en volumen de negocio. El sector de los balnearios en España, aun siendo una industria joven, vive una fase de gran crecimiento.

El ritmo de vida, el stress, la contaminación, los desequilibrios alimenticios, entre otros factores, hacen que cada vez más las personas se planteen acudir a algún establecimiento relacionado con el turismo termal. Por todo ello, se está dando un crecimiento vertiginoso de apertura de nuevos balnearios, centros de spa, etc.

Según fuentes consultadas, los balnearios españoles generaron un volumen de negocio cercano a los 200 millones de euros en 2004, un 15% más respecto al ejercicio anterior y los spa urbanos, integrados o no en hoteles, movieron 51 millones en 2004, un 27,5% más que en el ejercicio precedente. Es decir, que este tipo de negocios ha seguido una tasa de crecimiento creciente en torno al 20% en los últimos años.

Según un informe del instituto Nacional de Estadística (INE), los tratamientos de belleza y las actividades de mantenimiento físico y corporal han crecido de 2003 a 2004 un 31,8%, siguiendo esta tasa positiva de crecimiento en los años posteriores.

Prueba de que montar un centro de este tipo es un buen negocio es el fuerte desembarco en nuestro país de las multinacionales especializadas y el fuerte desarrollo de las franquicias que están contribuyendo a desarrollar el sector.

El sector está en constante evolución y se prevén cambios en el futuro. Se da la necesidad de ofrecer estos servicios de forma cada vez más personalizada, con el objetivo de que las personas incorporen de manera más habitual este tipo de servicios. Por otro lado, el hecho de que también esté aumentando la competencia, crea la necesidad de diversificar las actividades que ofrecen como forma de diferenciarse y satisfacer las exigencias de sus clientes.

2.2. La competencia

En el análisis de la competencia, hay que tener en cuenta que en el sector del turismo termal existe una gran variedad de empresas, desde grandes hoteles hasta pequeños balnearios urbanos. Todos ellos, aunque con distintas dimensiones y con más o menos servicios adicionales, constituyen una clara competencia para el negocio:

Así pues, habrá que distinguir los siguientes tipos de competidores:

- *Balnearios con alojamiento u hoteles especializados:* Este tipo de negocios se diferencia del nuestro en la modalidad del servicio que ofrece, pues los programas de tratamiento que en ellos se realizan pueden durar varios días para lo cual se hace imprescindible servicio de alojamiento.
- *Hoteles con spa integrado:* Son hoteles que integran un servicio de hidroterapia, gimnasio y servicios de belleza. Dentro de este grupo de competidores, existen hoteles más pequeños y grandes hoteles a las afueras de las ciudades que ofertan una gran cantidad de todo tipo de servicios para la salud y belleza en sus grandes instalaciones.
- *Otros balnearios urbanos:* Los balnearios urbanos o spa como el que se describe en este proyecto ofrecen el mismo servicio que un balneario pero con circuitos termales de una hora y media de duración aproximadamente (todos los tratamientos se hacen en el mismo día), con lo cual son más pequeños y no ofrecen servicio de alojamiento. Los que están ubicados en la misma zona de influencia que nuestro negocio son los que ejercen una competencia más directa por disponer de una clientela fija.
- *Salones de belleza:* Hay salones de belleza que están ampliando su cartera de servicios para ofrecer un paquete integrado de salud y belleza.
- *Centros deportivos:* Actualmente no sólo disponen de gimnasio y demás instalaciones deportivas, sino que además incluyen salones spa y servicios de belleza.

Antes de montar un negocio como el que se propone, resulta fundamental conocer dónde se encuentran los competidores más cercanos, así como su política de precios y servicios.

2.3. Clientes

El cliente de un balneario puede ser individual o colectivo (empresas u organizaciones). Además, suelen ser personas con edades comprendidas entre los 25 y los 60 años, de nivel económico medio-alto y preocupados por la salud y la estética.

Por otra parte, para los hombres, para los que actualmente existe un mercado en crecimiento relacionado con la belleza y la estética, este tipo de establecimiento es una forma ideal de ofrecerles lo que buscan a la vez que se mantiene su privacidad.

Se podría hacer una clasificación de perfiles de clientes como la que sigue:

- Deportistas. Gente que practica un deporte determinado y necesita, de vez en cuando, de tratamientos de relajación.
- Jóvenes. Personas que cuidan su salud y buscan una imagen. Este grupo es cada vez más numeroso.
- Grupos de mediana edad. Suelen ser personas de poder adquisitivo medio-alto y cuyo trabajo les ocupa la mayor parte del tiempo, por lo que están necesitados de una terapia "antiestrés".
- Personas que están en rehabilitación o necesitan tratamientos terapéuticos. Son personas que en sus terapias necesitan tratamientos de este tipo y terapias de relajación. Una vez finalizada la rehabilitación, un alto porcentaje de estos clientes se consolida como cliente fijo del centro.
- Mayores. El aumento de la esperanza de vida y el incremento de la renta per cápita ha creado un grupo de personas entre 40 y 60 años que, además de gozar de una buena posición económica, disponen de más tiempo libre. Esto hace que encuentren en el turismo termal una opción para relajarse y ocupar su tiempo de ocio.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Las líneas estratégicas para un negocio de este tipo deben basarse en ofrecer un buen servicio al cliente. Para ello, se precisa atender a las siguientes recomendaciones:

Condiciones de las instalaciones y de los servicios ofrecidos

Las condiciones que se deben cumplir son:

- Equipo y espacio suficiente. Es muy importante que haya una amplitud en las instalaciones para evitar cualquier sensación de agobio por parte de los clientes.
- Higiene y limpieza de todas las instalaciones (zona de ejercicios, duchas, vestuario, etc.) y a todas las horas de uso.
- Privacidad en los servicios individualizados. Éste es uno de los principales aspectos que debe tener en cuenta un negocio como éste, pues es imprescindible ofrecer intimidad en los servicios que la requieren como masajes, rayos UVA, etc.

Para la buena marcha del negocio es necesario atraer clientes y fidelizarlos

La realización de un plan de fidelización hoy en día es un elemento diferenciador respecto a la competencia.

No sólo se hace imprescindible la captación de clientes, sino la fidelización de los que ya tenemos. Para ello, es recomendable crear y gestionar una buena base de datos, crear una especie de club de socios para los cuales existan condiciones ventajosas, etc.

Otra fórmula para hacer clientes es a través de ofertas de precios a grupos y empresas.

Como factor de fidelización, es fundamental la atención personalizada. Una buena opción sería la de destinar siempre el mismo profesional que ha atendido a

un determinado cliente a ese mismo cliente, para que este último adquiriera cierta confianza con él.

Otros actos encaminados a la fidelización de la clientela pueden ser: sorteos, promociones de ropa deportiva, organización de eventos sociales, etc.

Amplia oferta de servicios

Otra de las líneas estratégicas que hay que tener en cuenta es que haya una amplia oferta de servicios para diferenciarse de la competencia. Entre dichos servicios complementarios se puede incluir la incorporación de un gabinete estético y servicio dietético. En la mayoría de los casos, estos servicios se acuerdan bajo la modalidad de subcontratación.

Además, se podría también contar con cabinas verticales para rayos UVA e, incluso, servicio de peluquería.

Otros servicios complementarios consisten en la venta de productos cosméticos, un pequeño gimnasio, etc.

Técnicas innovadoras

Es muy importante para este tipo de negocios acudir frecuentemente a ferias especializadas en el sector para obtener información acerca de las técnicas actuales que se aplican en los balnearios e incluirlas en nuestros programas de tratamiento. Entre estas técnicas destacan actualmente la *chocolaterapia* (también hay quien la llama *chocoterapia*) y *vinoterapia*, entre otras.

Importancia de la figura del profesional

Es muy importante que el balneario esté integrado por profesionales titulados capaces de adaptarse a diferentes actividades y técnicas. Es muy importante que tengan conocimientos acerca de todas las actividades y tratamientos que se integran en la cartera de servicios de un balneario, pues de lo contrario correrían el riesgo de que la actividad en la que están especializados quedara obsoleta o pasada de moda. El problema es que actualmente no existe una formación específica relacionada con el servicio de *spa*, por lo que lo normal en estos casos es que la formación venga de la mano del empresario.

Instalación por franquicias

Actualmente existe una buena oferta de franquicias de centros spa. El contrato de la franquicia es muy ventajoso en ciertos aspectos, como por ejemplo en el caso de la formación, pues el franquiciador pone a disposición del franquiciado todo tipo de recursos: entre ellos, la formación del personal que suele ser habitual en estos casos. Sin embargo, no todos son ventajas pues hay que pagar un canon de entrada que incrementa el desembolso inicial.

Hay empresas que solucionan todo lo que es la instalación y equipamiento así como los documentos necesarios que hay que aportar para iniciar el negocio. También existen empresas que ofrecen servicios de gestión tanto para spa urbanos como para aquéllos que están integrados en otro tipo de negocios como centros deportivos, complejos hoteleros, etc.

En general, hay bastantes empresas especializadas en el sector que, a cambio de un porcentaje, facilitan en gran medida la puesta en marcha de un negocio como este.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

Entre los servicios que puede ofrecer un balneario, como el que se plantea en este proyecto, se encuentran los siguientes:

- SALUD, BIENESTAR Y RELAJACIÓN:
 - Bañeras de hidroterapia.
 - Duchas bitérmicas.
 - Servicio de masaje y fisioterapia.
 - Sauna.
 - Jacuzzi.
 - Pediluvio: pasillo de cantos rodados y chorros de agua cuyo objetivo es activar la circulación de pies y piernas.

- BELLEZA:
 - Cabinas de rayos UVA.
 - Cabinas de estética: mascarillas, peelings, manicura, pedicura, depilación, tratamientos reafirmantes, etc.

Lo habitual en este tipo de centros es ofrecer lo que se llama un *circuito termal*, que consiste en pasar por las diferentes zonas comentadas anteriormente (pediluvio, duchas bitérmicas, bañeras de hidroterapia, sauna, etc.) combinando diferentes presiones de agua así como diferentes niveles de temperatura.

Como valor añadido, a los servicios generales ofertados se pueden añadir otros como bar, venta de productos de belleza, complementos alimenticios de dietética y nutrición e, incluso, venta de artículos deportivos. De momento, en la cartera de servicios de este balneario sólo se propondrá la venta de productos cosméticos.

Estos servicios podrán ampliarse en la medida en que va creciendo el negocio. Para ello, ese crecimiento deberá ir acompañado de un aumento de personal en la plantilla y de un nuevo acondicionamiento o ampliación de las instalaciones.

4.2. Precios

Para captar clientes, sobre todo en sus primeros meses, el factor precio puede ser fundamental, aunque sólo es determinante en función de la competencia que surja en la zona de influencia.

Los precios suelen establecerse por sesiones, aunque hay centros en los que también se ofertan abonos con un determinado número de sesiones. Los abonos suelen tener descuentos para los clientes. Las tarifas suelen oscilar entre los 20 y los 60 euros, aunque todo dependerá de los servicios que incluya cada sesión (las sesiones suelen consistir en circuitos termales y los masajes pueden también incluirse en dichos circuitos u ofertarse aparte) y del tipo de balneario. Algunos circuitos pueden llegar incluso a costar más de 100 euros. Lo normal es que los circuitos termales ronden los 20 o 25 euros y los masajes lleven tarifas aparte, al igual que los tratamientos de belleza (como la cabina de bronceado, las mascarillas, etc.).

Para conseguir mayor número de clientes se suelen ofrecer bonificaciones para empresas y grupos.

En cualquier caso, habrá que estudiar los precios de la competencia y tener en cuenta que al principio, para atraer clientela y lograr que conozcan el establecimiento, habrá que fijar unos precios inferiores.

Por último, en caso de vender productos cosméticos, los precios se basarán en los de la competencia.

4.3. Comunicación

Antes de la inauguración del negocio es muy importante realizar una campaña de promoción inicial para dar a conocer el centro y asegurarse un número de socios suficientes para iniciar la actividad.

En un inicio, y como forma de captar a un número importante de clientes, se podría utilizar la táctica de ofrecer unos días de **prueba gratuita** (una o dos semanas).

También es recomendable la realización de una campaña de publicidad en la zona de influencia. La mejor fórmula es dejar **folletos** en los buzones y en los parabrisas de los vehículos.

Otras posibilidades de que se dispone para dar a conocer el balneario es el anuncio en **directorios de empresas** o Internet. Una **página web** donde mostrar toda la información disponible del centro podría resultar muy útil. Asimismo, se puede utilizar la **radio** y el sistema de **carteles fijos**.

Es importante señalar que en este sector la preocupación se dirige, más que a realizar esfuerzos de captación, a la fidelización de la clientela ya existente, por lo que la calidad del servicio y, en mayor medida, el trato al cliente, es lo más relevante y a lo que se concede mayor importancia. De este modo, el **boca a boca** se convierte en el mejor medio de comunicación y captación de clientes.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

La estructura mínima de personal para iniciar el negocio podría ser la siguiente:

- **Gerente:**

La figura del gerente la asumirá el emprendedor/a del proyecto, para lo cual se acogerá al régimen de la Seguridad Social de autónomo.

Sus tareas se centrarán en la gestión del negocio. Para las tareas más complejas (laboral, fiscal y contabilidad general) se puede acudir al asesoramiento externo contratando los servicios de una asesoría.

En caso de que tuviera alguna formación relacionada con la fisioterapia, podría también desempeñar las funciones inherentes al puesto de fisioterapeuta.

- **Recepcionistas:**

Las tareas que deben desempeñar estas personas consisten en: control de acceso y entrega de candados para taquillas, recoger y custodiar dinero y elementos de valor, venta de productos de belleza, etc. Necesitaremos dos personas para este puesto, para cubrir los turnos de trabajo.

Además, también deberá asumir determinadas tareas administrativas (gestión de clientes, caja, etc.).

- **Terapeutas/esteticistas:**

Serán las personas encargadas de la actividad del centro relacionada con el spa, los masajes, etc. Habrá cuatro. Dos se encargarán de la zona del spa (a ser posible dos Fisioterapeutas) y dos esteticistas/masajistas que se encargarán de los servicios de belleza.

- **Personal de limpieza:**

Para las tareas de limpieza se puede contratar a personal directamente o bien a través de una contrata. La segunda opción es la más recomendable, dado que nos garantiza que no se va a interrumpir por vacaciones o enfermedad.

HORARIOS

Los horarios se establecen según las preferencias de cada centro, si bien estos suelen ser flexibles para que puedan ir todos aquellos clientes que tienen problemas con los horarios por trabajo. Un horario orientativo podría ser de lunes a sábado de 9:30 a 22:00 horas y domingos y festivos de 10:00 a 15:00 horas.

5.2. Formación

Los perfiles que deben cumplirse para los distintos puestos son los siguientes:

- Gerente: Se requiere que la persona que gestione el negocio tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras...). Como se ha comentado anteriormente, para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.
- Recepcionista: Consiste en recibir a los visitantes y/o clientes, dándoles información, atender a las llamadas telefónicas, proporcionar y explicar los folletos divulgativos de las actividades y servicios ofertados, y conducir a los clientes por las instalaciones. En algún caso, llegan a asumir tareas administrativas básicas. El perfil profesional se corresponde con personas que hayan cursado Formación Ocupacional en Administración y también FP Administrativo. Por las labores a desarrollar, de continua relación personal, se suele contratar a personas jóvenes, dinámicas y con habilidad para las relaciones sociales.
- Terapeuta: Lo ideal es que tengan la titulación de fisioterapeuta. Sin embargo, también hay cursos especializados para masajistas y actividades relacionadas que serían adecuadas para las funciones que estas personas van a realizar en el balneario urbano.

En el grupo de "Actividades Físicas y Deportivas" del Catálogo nacional de las Cualificaciones Profesionales podemos encontrar perfiles que, aunque hasta ahora están sin regular, son demandados por el mercado laboral, como la "balneoterapia". Así mismo, dentro del catálogo de títulos de Formación Profesional en Andalucía, el título de Técnico Superior en Estética capacita para trabajar como masajista.

- Esteticista: Es importante tanto el conocimiento teórico como la experiencia que posea en actividades relacionadas. Se ofertan cursos de formación Profesional muy adecuados para este perfil. Estos son Técnico Superior en Estética y Técnico Superior en Asesoría de Imagen personal.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria para la puesta en funcionamiento del negocio se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

La ubicación para un balneario urbano va a ser un aspecto importante puesto que puede condicionar en gran medida la afluencia de clientes al establecimiento. Por ello, se recomienda que el negocio se sitúe en zonas céntricas o calles comerciales en las que sea habitual el paso del público. De esta forma, la fachada del local también puede actuar como reclamo para los posibles clientes.

También será necesario hacer un estudio de los establecimientos que hay en la zona y que están en el mismo sector. Si no existe competencia, el éxito podría estar asegurado. En el caso de que esta competencia exista, habrá que estudiar si existe demanda suficiente para un negocio como el que aquí se propone.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

La superficie mínima será de 300 m² que habrá que distribuir de modo que se consiga el máximo aprovechamiento en las instalaciones. El reparto de las áreas totales para la distribución de las instalaciones sería, a modo de ejemplo, el siguiente:

- Zonas generales:
 - Zona de recepción y pequeña sala de espera.
 - Zona de administración.
 - Almacén de limpieza y aparatos.
 - Área de calderas y depuradora de la piscina del balneario.

- Zonas colectivas:
 - Vestuarios, baños, duchas y taquillas.
 - Balneario-spa:
 - Piscina de hidromasaje.
 - Pediluvio.
 - Sauna.
 - Ducha bitérmica.
- Zonas individuales:
 - Cabina de masajes.
 - Cabina de bronceado.

Además de lo anterior, el local deberá disponer de licencia municipal de apertura y reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres, etc.
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo, también supondrán un coste a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto. Además, en este caso se hace imprescindible una buena insonorización del local que aisle del ruido a los vecinos del continuo funcionamiento de la depuradora.

Estos costes pueden rondar los 140.000,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Equipamiento

El coste del equipamiento básico necesario para este negocio se muestra a continuación:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
RAYOS UVA de 9.000 W y tubos reflex	3.448,28 €	551,72 €	4.000,00 €
Equipamiento para baños de vapor	8.113,79 €	1.298,21 €	9.412,00 €
Equipamiento para las instalaciones (sala, duchas y vestuario)	10.344,83 €	1.655,17 €	12.000,00 €
Equipamiento SPA que incluye (coste aproximado): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pediluvio ▪ Piscina de hidromasaje ▪ Ducha bitérmica ▪ Cabinas de estética ▪ Etc. 	30.000,00 €	4.800,00 €	34.800,00 €
TOTAL	51.906,90 €	8.305,10 €	60.212,00 €

Es imprescindible contar con un buen deshumidificador que aisle de la humedad. En el mercado hay una gran variedad de este tipo de equipos. Además, también equiparemos las instalaciones con dos equipos de aire acondicionado. El coste de estos elementos es de 11.210,00 € (IVA incluido).

Por tanto, el coste del equipamiento total con IVA es de 71.422,00 €.

6.3. Mobiliario y decoración

El mobiliario está compuesto por los elementos mínimos para cubrir una pequeña recepción y oficina de administración.

La armonía conseguida a través de los elementos decorativos es muy importante en este tipo de negocio, pues se trata de crear un ambiente relajado y acogedor.

El coste, según presupuesto facilitado por proveedores, de este mobiliario es el que se recoge en el cuadro siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
Mostrador recepción	600,00 €	96,00 €	696,00 €
Armario dirección (2 unidades)	374,14 €	59,86 €	434,00 €
Mesa dirección	200,00 €	32,00 €	232,00 €
Sillones más complementos sala de espera	1.200,00 €	192,00 €	1.392,00 €
Sillas oficina (2 unidades)	234,48 €	37,52 €	272,00 €
Otros elementos de decoración	517,24 €	82,76 €	600,00 €
TOTAL	3.125,86 €	500,14 €	3.626,00 €

El coste aquí expuesto será superior si los elementos son de un material especial o de diseño. Igualmente, en caso de mobiliario de segunda mano, los costes pueden reducirse.

6.4. Utensilios

En esta partida se incluyen los instrumentos necesarios para el desarrollo de las actividades del balneario urbano: espátulas, pinzas, toallas, etc. El importe aproximado será de 2.146,00 € (IVA incluido).

6.5. Adquisición del stock inicial

Habría que adquirir los materiales que vayan a ser necesarios para el primer stock de mercancía y después se irán realizando las compras necesarias para reponer lo que se vaya consumiendo. Los materiales necesarios para este negocio consisten en todo tipo de productos cosméticos, así como barros, aceites esenciales, etc.

Según las estimaciones de las empresas especializadas en el sector, la primera compra de mercancía (artículos y productos para la venta y consumo en el propio establecimiento) tendrá que ser como mínimo de unos 5.000,00 € (IVA incluido).

Con esta cantidad se cubre una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan reponiendo a medida que se van realizando las ventas.

6.6. Equipamiento informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de un equipo informático con software para la gestión del negocio, impresora y fax. El coste de este equipo informático es de unos 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

6.7. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- los gastos de constitución y puesta en marcha
- las fianzas depositadas.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: Proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 2.262,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. Además, aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 6.600,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y, sobre todo, de la ubicación del mismo).

6.8. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses; esto es: Alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	3.828,00 €
Suministros	580,00 €
Sueldos	6.900,00 €
S.S. trabajador	1.782,00 €
Gastos por servicios externos	324,80 €
Publicidad	174,00 €
Otros gastos	290,00 €
Total Pagos en un mes	13.878,80 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	41.636,40 €

6.9. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	120.689,66 €	19.310,34 €	140.000,00 €
Equipamiento	61.570,69 €	9.851,31 €	71.422,00 €
Mobiliario y decoración	3.125,86 €	500,14 €	3.626,00 €
Equipamiento informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Utensilios	1.850,00 €	296,00 €	2.146,00 €
Stock inicial	4.310,34 €	689,66 €	5.000,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.950,00 €	312,00 €	2.262,00 €
Fianzas	6.600,00 €	0,00 €	6.600,00 €
Fondo de maniobra	41.636,40 €	0,00 €	41.636,40 €
TOTAL	243.382,96 €	31.223,45 €	274.606,41 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Lo primero que hay que señalar es la gran variedad de tipos de instalaciones dedicadas a la salud y belleza que existen en función de distintas variables: independientes o pertenecientes a franquicia o cadena, nivel socio-económico de la zona en la que se ubique, metros cuadrados dedicados, nivel de equipamiento, etc. Todas estas variables van a influir considerablemente en los ingresos, la estructura de costes y en los resultados de la empresa.

Una vez que está abierto el balneario urbano, el coste variable estará compuesto principalmente por el consumo de materiales utilizados para los tratamientos terapéuticos y estéticos. Por otro lado, también se debe incluir el consumo del material vendido.

Para realizar este estudio hemos considerado que los ingresos estarán formados en un 3% por la venta de artículos y un 97% por el resto de las actividades del balneario: en un mayor porcentaje por los circuitos termales y un menor porcentaje por los tratamientos de belleza. Los márgenes se han estimado en:

- Margen de los servicios de spa: tras consultar diversas fuentes relacionadas con el sector, se estima un margen por este tipo de actividades de un 90% aproximadamente.
- Margen de los servicios de estética: Se sabe que los servicios relacionados con la belleza, dentro del spa, van a dejar un margen aproximado del 65%
- Margen de los productos vendidos: 60% del precio de venta de los productos.

El margen medio global se calculará del modo siguiente:

DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO	REPARTO INGRESOS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Margen servicios spa	60%	90%	54,00%
Margen servicios de estética	37%	65%	24,05%
Margen venta de productos	3%	60%	1,80%
MARGEN MEDIO SOBRE INGRESOS			79,85%

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin IVA) es la siguiente:

- **Costes variables:**

Los costes variables se estiman en un 20,15% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, aproximadamente, 300 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones es de unos 3.300,00 € mensuales.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (consumo de bolsas, material de oficina, etc.).

Estos gastos se estiman en unos 500,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 150,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen:

- Gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.
- Gastos de limpieza. Serán de 120,00 € aproximadamente.
- Control de aguas. Para el balneario es imprescindible contar con una empresa especializada en control y limpieza de aguas. El coste mensual aproximado será de 70,00 € mensuales.

Así pues, el total de gastos por servicios externos será de 280,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Para realizar el estudio se ha considerado que el negocio será gestionado por el emprendedor, que será el gerente del negocio, y además se contratará al siguiente personal:

- Cuatro personas que se encargarán de los tratamientos y de las actividades relacionadas con el spa y los tratamientos de belleza a tiempo completo: dos terapeutas y dos masajistas/esteticistas.
- Dos personas encargadas de la recepción del balneario a tiempo completo.

El gasto de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye la prorrata de las pagas extra):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
Terapeutas	2.000,00 €	660,00 € (**)	2.660,00 €
Masajistas/Esteticistas	1.800,00 €	594,00 € (**)	2.394,00 €
Recepcionistas	1.600,00 €	528,00 € (**)	2.128,00 €
TOTAL	6.900,00 €	1.782,00 €	8.682,00 €

(*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo incluida en el sueldo.

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por los trabajadores en Régimen General contratados a tiempo completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida donde incluimos otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (reparaciones, seguros, tributos, etc.). La cuantía estimada anual será de 3.000,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 250,00 €.

▪ **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo siguiente:

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	120.689,66 €	10 %	12.068,96 €
Equipamiento	61.570,69 €	20 %	12.314,14 €
Mobiliario y decoración	3.125,86 €	20 %	625,17 €
Utensilios	1.850,00 €	20 %	370,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			25.790,78 €

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.950,00 €	33,3 %	650,00 €
TOTAL ANUAL			650,00 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos mensuales:** Estos ingresos vendrán dados por las ventas de productos y la prestación de servicios estéticos y de spa.
- **Gastos mensuales:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste variable medio del 20,15% de los ingresos) y la suma de: Alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUNTÍA
Alquiler	39.600,00 €
Suministros	6.000,00 €
Sueldos	82.800,00 €
S.S. trabajadores	21.384,00 €
Servicios externos	3.360,00 €
Publicidad	1.800,00 €
Otro gastos	3.000,00 €
Amortización del inmovilizado material	25.790,78 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	650,00 €
Total gastos fijos estimados	184.384,78 €
Margen bruto medio sobre ingresos	79,85 %
Umbral de rentabilidad	230.913,93 €

(*) Para calcular el umbral se toman los gastos sin IVA.

Esto supondría una facturación anual de 230.913,93 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 19.242,83 euros.

8. FINANCIACIÓN

Existen distintas opciones para financiar el presente proyecto, aunque se deberá buscar la mejor de ellas según las condiciones propias del emprendedor/a.

Es práctica habitual en este sector que la maquinaria industrial necesaria, una de las partidas más importantes de la inversión (el equipamiento), se financie a través de la fórmula de arrendamiento financiero (leasing) o, incluso comentan algunos proveedores del sector, por renting.

Para financiar el negocio existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	120.689,66 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	61.570,69 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario	3.125,86 €		
Equipo informático	1.650,00 €		
Utensilios	1.850,00 €		
Gastos de constitución	1.950,00 €		
Fianzas	6.600,00 €		
Stock inicial	4.310,34 €		
Tesorería (*)	41.636,40 €		
IVA soportado	31.223,45 €		
Total activo	274.606,41 €	Total pasivo	274.606,41 €

(*) Se consideran 41.636,40 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se han supuesto tres posibles niveles de actividad:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	220.000,00	250.000,00	270.000,00
Costes variables (Ingresos x 20,15%)	44.330,00	50.375,00	54.405,00
Margen bruto (Ingresos - Costes variables)	175.670,00	199.625,00	215.595,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	220.000,00	250.000,00	270.000,00
COSTES VARIABLES	44.330,00	50.375,00	54.405,00
MARGEN BRUTO	175.670,00	199.625,00	215.595,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	39.600,00	39.600,00	39.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Otros gastos	3.000,00	3.000,00	3.000,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	104.184,00	104.184,00	104.184,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría + Limpieza + Control de aguas	3.360,00	3.360,00	3.360,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	25.790,78	25.790,78	25.790,78
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	650,00 €	650,00 €	650,00 €
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	184.384,78	184.384,78	184.384,78
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-8.714,78	15.240,22	31.210,22

(1) El gasto de personal estará integrado por los sueldos de la plantilla fija de la empresa: el emprendedor (gerente del negocio), dos terapeutas, dos masajistas y dos recepcionistas todos ellos contratados a jornada completa, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.