

300 planes de negocio

**Plan de negocio
BAÑOS ÁRABES**

Sector de Ocio, Cultura y Deporte

Datos de 2008



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 unos baños árabes, es decir, un centro que ofrece servicios de baños termales, aromaterapia y masajes para el bienestar del cuerpo. Además, se incluirá una tetería donde los clientes podrán degustar diferentes tipos de dulces y tes de origen árabe.

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

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 o legionela.

Por ello, se debe tener en cuenta la siguiente normativa:

- Real Decreto 865/2003 de Prevención y control de la legionelosis.
- Decreto 77/1993 Reglamento Sanitario de las Piscinas de Uso Colectivo de Andalucía.
- ITC BT 27 Instalaciones interiores de viviendas. Locales que contienen una bañera o ducha.
- ITC BT 30 instalaciones en locales de características especiales.
- ITC BT 31 Instalaciones con fines especiales. Piscinas y fuentes.
- ITC BT 50 Instalaciones eléctricas en instalaciones que contienen radiadores para saunas.

Además se debe tener en cuenta la siguiente normativa, 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.

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, normas generales de las instalaciones eléctricas, instalación de aparatos, etc.

1.2. Perfil del emprendedor

El proyecto está especialmente indicado para personas que tengan formación o experiencia previa en balnearios o baños árabes o, incluso, como masajistas. En caso de no poseerla, estas personas pueden dedicarse a la gestión integral del negocio y recurrir a contratación de personal específico 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

En España el sector del turismo de salud y belleza está en pleno crecimiento, reflejando este hecho las altas cuotas de mercado y el gran volumen de negocio alcanzado.

Esta expansión se debe en gran medida al creciente interés por la salud y el culto al cuerpo. 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 baños árabes, balnearios urbanos, spas, etc.

La mayor parte de los baños árabes funcionan en diversas ciudades históricas como complemento para el turista y como servicio de ocio y salud para los residentes, con un considerable éxito de público.

El volumen de negocio del sector del turismo de salud y belleza, que comprende las estaciones termales y otros establecimientos destinados a este sector registró un incremento del 16%, en 2007, hasta los 3.225 millones de euros, según un informe de la consultora DBK.

En 2007, se contabilizaban cerca de 700 establecimientos, de los que 101 eran estaciones termales, mientras que el número de "otros establecimientos", incluyendo tanto centros especializados en salud y belleza como hoteles con spa, se situó en 570, frente a los 375 existentes dos años antes. Estos establecimientos, lograron un incremento del 17,3% hasta los 2.995 millones de euros.

Dada la elevada competencia que se está estableciendo es necesario que el sector esté en constante evolución. Se prevén cambios en un futuro, dada 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. La diversificación de actividades se presenta por tanto, como una forma de diferenciación y satisfacción de las expectativas del cliente.

2.2. La competencia

En los últimos años, ha cobrado importancia aquel turismo que se enfoca hacia la salud, bienestar, descanso y relax. Prueba de ellos son la proliferación de grandes complejos dedicados a este fin.

Así, en el análisis de la competencia, hay que tener en cuenta esta variedad que abarca desde grandes complejos y hoteles hasta pequeños balnearios o spas urbanos. Todos ellos, aunque con distintas dimensiones y con más o menos servicios adicionales, constituyen una clara competencia para el negocio objeto de estudio en este proyecto.

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

- *Otros baños árabes:* Negocios que están ubicados en la misma zona de influencia y que ofrecen servicios como los que se describen en este proyecto. Además, ejercen una competencia más directa por disponer de una clientela fija.
- *Balnearios urbanos:* Además de ofrecer servicios similares a los baños árabes incluyen jacuzzi, sauna, pediluvio, belleza, etc.
- *Balnearios con alojamiento u hoteles especializados:* ofrecen programas y tratamientos más completos, pudiendo durar incluso varios días. Es por ello que ofrecen el servicio de alojamiento, integrando ambos servicios en un paquete u oferta global.
- *Hoteles con spa integrado:* En la actualidad la mayoría de los hoteles disponen de gimnasio, sauna, piscina y servicios de belleza básicos. No obstante, existen grandes hoteles con spas integrados, a los cuales se puede acudir independientemente del hospedaje. Estos spas ofrecen todo tipo de servicios.
- *Centros deportivos:* Actualmente no sólo disponen de gimnasio y demás instalaciones deportivas, sino que además incluyen salones spa y servicios de belleza.

Por otro lado, sería recomendable tener en cuenta los servicios prestados por otros establecimientos, como son los centros de estética o belleza, los cuales ofrecen distintos tipos de masajes.

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

Se puede decir que no existe un perfil determinado del tipo de cliente que acude a un centro de esta naturaleza. Así, nuestro negocio irá dirigido tanto a hombres como mujeres mayores de edad, de un nivel socio económico medio, que acuden a los baños árabes por distintos motivos: tratamientos de belleza, relajación, estrés, masajes, distracción, divertimento, novedad, curiosidad, etc.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En general, podemos seguir una serie de pautas o recomendaciones para lograr el éxito de nuestro negocio. Entre ellas destacamos las siguientes:

1. Condiciones de las instalaciones y de los servicios ofrecidos

Es muy importante que las instalaciones sean lo suficientemente amplias para evitar cualquier tipo de agobio por parte de los clientes. Así mismo, hay que velar porque se cumplan fielmente las condiciones de higiene y limpieza dentro de las instalaciones.

2. Ampliar la oferta de servicios

Los baños árabes tienen muchas posibilidades de ampliar su cartera de servicios en un futuro. Por ello, lo más común es complementar los servicios básicos de unos baños árabes con una mayor oferta de tratamientos corporales (chocoterapia, fangoterapia, algoterapia,...), sauna y jacuzzi, así como incluir servicios propios de un centro de estética como pueden ser la depilación, manicura, pedicura,... Además, también se puede incluir un restaurante, espectáculos orientales, bazar donde los clientes puedan comprar productos, etc.

Lo importante es ofrecer un servicio integral siempre relacionado con la salud y el bienestar y que pueda ayudar a incrementar la clientela.

3. 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 estos centros e incluirlas en los programas de tratamiento. Entre estas técnicas destacan actualmente la *chocolaterapia* (también hay quien la llama *chocoterapia*) y *vinoterapia*, entre otras.

4. Bonos especiales

Establecer distintos tipos de bonos con los cuales los clientes puedan obtener descuentos, por ejemplo, bonos simples (que incluyan una determinada cantidad de baños), bonos completos (que incluyan una determinada cantidad de baños y masajes) y bonos de horario reducido.

Por otro lado, se pueden establecer tarifas especiales para grupos.

5. Acuerdos con empresas turísticas

Establecer acuerdos con empresas dedicadas al turismo (agencias de viajes, hoteles, etc.) para que incluyan en su oferta los servicios prestados por este negocio.

6. Personalización

El objetivo de la empresa debe ser el de conseguir, no sólo captar a los clientes, sino fidelizarlos. Por ello, hay que ofrecer un trato personalizado al cliente para diferenciarse de la competencia.

7. Especialistas

Contar con profesionales que sepan aclarar en todo momento las dudas que les puedan surgir a los clientes e indicarles cuáles son las mejores formas de aprovechar el circuito.

Es muy importante que tengan conocimientos acerca de todas las actividades y tratamientos que se integran en la cartera de servicios de unos baños árabes, pues de lo contrario correrían el riesgo de que la actividad en la que están especializados quedara obsoleta o pasada de moda.

8. Información.

Para conseguir una imagen seria y profesional es conveniente contar con un servicio de atención al cliente para resolver sus dudas y conocer sus quejas y las posibles mejoras del negocio.

9. Página Web.

También es importante tener una página Web para que los interesados puedan acceder a cualquier información sobre la empresa.

10. Instalación por franquicias

Actualmente existe una oferta de franquicias de baños árabes. 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.

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

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

El baño árabe es un espacio de cuidado y relajación integral que ayuda a los clientes a huir del estrés cotidiano.

Entre los servicios que pueden ofrecer los baños árabes, se encuentran los siguientes:

- **Baños**

Se trata de tres piscinas con agua a diferente temperatura:

- Baños de agua fría: en esta piscina el agua no supera los 16°C. Es donde se produce la exfoliación corporal necesaria para regenerar la dermis.
- Baños de agua templada: el agua de la piscina está a unos 36°C. Es una estancia de transición para que el cuerpo se adapte a la temperatura más elevada de la piscina de agua caliente.
- Baños de agua caliente: piscina con una temperatura aproximada de 40°C. En esta zona es donde se produce una limpieza más profunda de los poros.

- **Aromaterapia**

Es un tema de absoluta actualidad, y cada día más personas desean conocer las propiedades y diferentes aplicaciones de los aceites esenciales y disfrutar de todos sus beneficios. El principal método de aplicación es mediante la dilución en agua caliente para que el vapor del agua mezclado con los aceites esenciales se absorba por medio de la respiración. Otra forma de aplicar la aromaterapia es mediante aplicación a través de la piel. Estos aceites penetran por medio de los vasos capilares, y son transportados a todo el organismo mediante la sangre.

- **Masajes**

- Relajante: este masaje es ideal para liberar tensiones, ya que utilizando técnicas manuales se va a producir un drenaje venoso y linfático que va a mejorar la circulación. Al mismo tiempo, se actúa sobre la musculatura facilitando la relajación muscular.
- De pies: produce el mismo efecto que el anterior.
- Circulatorio: produce el mismo efecto que el relajante
- Terapéutico: Tratamiento indicado cuando aparece el dolor. Es un masaje más profundo y extenso cuyo propósito es mejorar el estado corporal general.

Lo habitual en este tipo de centros es ofrecer lo que se llama un *circuito termal*, que consiste en pasar por las zonas comentadas anteriormente combinando con los diferentes tipos de masajes.

- **Tetería**

En la tetería los clientes podrán disfrutar de distintos tipos de té, zumos, etc., además de repostería árabe y una cachimba para fumar.

Estos servicios podrán ampliarse en la medida en que vaya 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 bonos con un determinado número de sesiones, incorporando por ello un pequeño descuento.

Las tarifas suelen oscilar entre los 20 y los 40 euros, aunque todo dependerá de los servicios que incluya cada sesión (circuitos termal y masaje, solo baños, masaje de las sesiones suelen consistir en circuitos termales y los masajes pueden también incluirse en dichos circuitos u ofertarse aparte). 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.

4.3. Comunicación

Antes de la inauguración del negocio es muy importante realizar una campaña de promoción inicial para dar a conocer el negocio.

En un inicio, y como forma de captar a un número importante de clientes, se podría utilizar la técnica de ofrecer bonos descuentos, bonos 2X1, sesiones concretas a precios reducidos, etc.

También es recomendable la realización de una campaña de publicidad en la zona de influencia: anuncios publicitarios locales en prensa, radio y televisión. Así mismo, sería recomendable la inclusión de anuncios o encartes en revistas o suplementos dominicales. El buzoneo y el reparto de folletos a pie de calle, constituirán un apoyo a la campaña de comunicación.

Otras posibilidades de que se dispone para dar a conocer los baños árabes es el anuncio en **directorios de empresas** o Internet. En la actualidad resulta fundamental crear una **página web** donde se muestren fotos de las instalaciones, datos de contactos, tipos de tratamiento, precios. Sería muy conveniente que se pudiera hacer reservas a través de la misma web.

El boca a boca, una vez más es fundamental para darnos a conocer y captar clientes. En este caso es especialmente importante dado que al tratarse de un negocio innovador, habrá personas que no se atrevan a acudir por no saber que es exactamente. La satisfacción del cliente es garantía de que volverá y además nos recomendará entre su entorno más cercano.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

En cuanto a la plantilla, se debe contar con cuantas personas sean necesarias de modo que se permita la normal organización de los turnos establecidos.

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 los masajes, podría también desempeñar las funciones inherentes al puesto de masajista.

- **Recepcionistas:**

Las tareas que deben desempeñar estas personas consisten en: atención de los clientes, gestión de reservas, control de acceso, entrega de toallas, zapatillas y normas de uso, recoger y custodiar dinero, etc. Se necesitarán dos personas para este puesto, para cubrir los dos turnos de trabajo.

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

- **Masajistas:**

Serán las personas encargadas de la actividad del centro relacionada con los masajes. Habrá ocho, para cubrir los distintos turnos de todos los días. Estos empleados se encargarán de realizar los masajes, explicar a los clientes los circuitos, solucionar cualquier duda o problema que tengan, etc.

- **Camareros:**

Estos empleados se encargarán de atender y servir a los clientes en la tetería. Para este puesto se requerirán dos personas.

HORARIOS

Los horarios se establecen según las preferencias de cada centro, si bien estos suelen tener horarios amplios y turnos de mañana y tarde para abarcar el mayor número de clientes posibles.

En un principio, se puede establecer una jornada laboral de miércoles a domingo con un horario de apertura al público de 10 a 22 horas. Una vez consolidado, se pueden ampliar los turnos y los días de apertura.

La organización de los turnos, horarios y descansos del personal se deberá realizar de tal forma que se cubran todos los turnos de baños establecidos.

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: 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.
- Masajista: Es recomendable que posean Formación de Grado Superior en Estética o un curso de masaje procedente de una academia privada.
- Camarero: Es habitual que la formación necesaria para el desempeño de este puesto se reciba en el mismo puesto de trabajo. Así, para los puestos de camarero se puede recurrir a personas que aún sin formación específica tengan aptitudes y habilidades para la realización de las tareas.

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 unos baños árabes va a ser un aspecto importante puesto que puede condicionar en gran medida la afluencia de clientes al establecimiento.

Una de las posibles ubicaciones es en el centro de la ciudad, cerca de calles comerciales en las que transita mucho público. Otra opción, sería situar los baños árabes en el casco antiguo de la ciudad, dentro de una casa señorial o palacete o incluso baños de la época o antiguas termas romanas. Esta localización, mucho más enfocada al turismo, cuenta con la ventaja del entorno y de la situación para generar un mayor atractivo y reclamo para el cliente.

También será necesario hacer un estudio de los establecimientos que hay en la zona. En el caso de que exista competencia, 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 500 m², de los cuales 300, serán destinados a la zona de baños y masajes. El reparto de las áreas totales para la distribución de las instalaciones sería, a modo de ejemplo, el siguiente:

- Recepción.
- Sala de espera.

- Salas de baño: caliente, templado, frío.
- Sala de masajes.
- Vestuarios, duchas, aseos.
- Almacén.
- Despacho para el gerente.
- Área de calderas y depuradoras de las piscinas.
- Tetería.

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 DE LAS INSTALACIONES

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Fachada, puerta de entrada, 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 219.240,00 € (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. Mobiliario y decoración

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad en la distribución del mobiliario reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen que queremos para el negocio.

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se citan a continuación:

- Mostrador-recepción.
- Taburetes.
- Aparadores.
- Biombos.
- Espejos.
- Apliques.
- Faroles.
- Lámparas.
- Pufs.
- Mesas tetería.
- Bancos.
- Bancos y taquillas de vestuario.
- Camillas.
- Estanterías.
- Mesa de despacho.
- Sillas giratorias.
- Sillas de confidente.
- Mesas auxiliares.
- Percheros.
- Armarios.
- Etc.

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 por estos elementos puede rondar los 18.300,00 € (IVA incluido). Esta cantidad será muy superior si los elementos son de diseño, materiales especiales, etc.

6.3. Utensilios

Incluye la compra de utensilios como:

- Bandejas.
- Teteras.
- Juegos de vasos.
- Cachimbas.
- Azucareros.
- Cubiertos.
- Toallas.
- Zapatillas.
- Etc.

El coste estimado de estos elementos es de 4.300,00 € (IVA incluido).

6.4. Adquisición del stock inicial

Habrà 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 productos necesarios para la tetería son los siguientes:

- Incienso.
- Azúcar.
- Tés.
- Bebidas alcohólicas.
- Licores con o sin alcohol.
- Zumos.
- Batidos.
- Pasteles.
- Carbón cachimba.
- Boquillas.
- Tabaco de sabores.
- Papel de aluminio.
- Servilletas.

Para los masajes serían necesarios:

- Aceites.
- Esencias.
- Cremas (nutritivas, reafirmantes, regeneradoras, exfoliantes, etc.).
- Espátulas.
- Fundas desechables para camillas.
- Etc.

Otros materiales que serían necesarios adquirir son:

- Material de oficina (bolígrafos, papel, tinta de impresora, etc.).
- Rollos de papel.
- Jabón.
- Etc.

Según las estimaciones de las empresas especializadas en el sector, la primera compra de mercancía (artículos y productos para el 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.

6.5. Equipamiento

Este equipamiento estará formado por los distintos elementos que permitan la elaboración y correcta conservación de los productos, así como la limpieza de los distintos materiales empleados en el desarrollo de las actividades.

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

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
LAVAVAJILLAS	689,66 €	110,34 €	800,00 €
MESAS REFRIGERADAS	1.508,62 €	241,38 €	1.750,00 €
HERVIDORAS	103,45 €	16,55 €	120,00 €
TOTAL	2.301,73 €	368,27 €	2.670,00 €

6.6. Equipamiento informático

Es recomendable disponer de un equipo informático completo con software adecuado para la gestión de reservas y turnos, impresora y fax para la recepción y un ordenador portátil para el emprendedor. El coste de estos equipos se ha estimado en unos 2.586,21 € más 413,79 € 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 4.000,00 € (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 15.000,00 € (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	8.700,00 €
Suministros	696,00 €
Sueldos	11.800,00 €
S.S. trabajadores	3.666,00 €
Gastos por servicios externos	798,66 €
Publicidad	400,20 €
Otros gastos	696,00 €
Total Pagos en un mes	26.456,86 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	79.370,58 €

6.9. Memoria de inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Acondicionamiento	189.000,0 €	30.240,00 €	219.240,00 €
Mobiliario	15.775,86 €	2.524,14 €	18.300,00 €
Equipo informático	2.586,21 €	413,79 €	3.000,00 €
Equipamiento	2.301,72 €	368,28 €	2.670,00 €
Stock inicial	4.310,35 €	689,66 €	5.000,01 €
Gastos establecimiento	3.448,28 €	551,72 €	4.000,00
Fianzas	15.000,00 €	0,00 €	15.000,00 €
Fondo de maniobra	79.370,58 €	0,00 €	79.370,58 €
Utensilios	3.706,90 €	593,10 €	4.300,00 €
TOTAL	315.499,90 €	35.380,69 €	350.880,59 €

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 están abiertos los baños árabes, el coste variable estará compuesto principalmente por el consumo de materiales utilizados en los masajes y en la tetería.

Para realizar este estudio hemos considerado que los ingresos estarán formados en un 5% por los ingresos de la tetería y un 95% por el resto de las actividades de los baños árabes: en un mayor porcentaje por los baños y un menor porcentaje por los masajes. Los márgenes se han estimado en:

- Margen de los servicios de baños: 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 masajes: se sabe que estos servicios van a dejar un margen aproximado del 95%
- Margen de los ingresos de la tetería: se estima por esta actividad un margen de un 60%.
- El margen medio global se calculará del modo siguiente:

DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO	REPARTO INGRESOS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Baños	80%	90%	72%
Masajes	15%	95%	14,25%
Tetería	5%	60%	3%
MARGEN MEDIO SOBRE INGRESOS			89,25%

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 10,75% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, aproximadamente, 500 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones es de unos 7.500,00 € 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 (Internet, etc.).

Estos gastos se estiman en unos 600,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 345,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen:

- Gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 150 € mensuales.
- Gastos de limpieza. Serán de 312,50 € aproximadamente.

- Control de aguas. Para los baños árabes es imprescindible contar con una empresa especializada en control y limpieza de aguas. El coste mensual aproximado será de 76 € mensuales.
- Gastos de lavandería. Serán de 150 € aproximadamente.

Así pues, el total de gastos por servicios externos será de 688,50 € 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:

- Ocho personas que se encargarán de la realización de los masajes y de informar a los clientes sobre los circuitos. Estas personas serán contratadas a tiempo parcial.
- Dos personas encargadas de la recepción de los baños árabes a tiempo parcial.
- Dos camareros encargados de la tetería a tiempo parcial.

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)	1.600,00 € (*)	0,00 €	1.600,00 €
Masajistas	7.200,00 €	2.376,00 € (**)	9.576,00 €
Camareros	1.400,00 €	462,00 € (**)	1.862,00 €
Recepcionistas	1.600,00 €	528,00 € (**)	2.128,00 €
TOTAL	11.800,00 €	3.366,00 €	15.166,00 €

(*) 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 parcial.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida donde incluimos otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (reparaciones, seguros, tributos, etc.).

En cuestión de seguros, aparte de cubrir el local frente a robos e incendios, se debe contar con otro de responsabilidad civil que garantice cualquier percance que pueda ocurrir dentro del recinto. También es recomendable que se garantice la atención médico-sanitaria de los clientes con otra póliza. En nuestro proyecto optaremos por la contratación de un seguro clásico, que estimamos en 600,00 € mensuales.

- **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	189.000,00 €	10 %	18.900,00 €
Mobiliario y decoración	15.775,86 €	20 %	3.155,17 €
Equipamiento	2.301,72 €	20 %	460,34 €
Utensilios	3.706,90 €	20 %	741,38 €
Equipo informático	2.586,21 €	25 %	646,55 €
TOTAL ANUAL			29.903,45 €

(*) 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	3.448,28 €	33,3 %	1.149,43 €
TOTAL ANUAL			1.149,43 €

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 los servicios de baños, masajes y tetería.
- **Gastos mensuales:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste variable medio del 10,75 % de los ingresos) y la suma de: Alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	90.000,00 €
Suministros	7.200,00 €
Gastos comerciales	4.140,00 €
Gastos servicios externos	8.262,00 €
Gastos personal	141.600,00 €
S.S. a cargo empresa	40.392,00 €
Otros gastos	7.200,00 €
Amortización	25.052,88 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.149,43 €
Total gastos fijos estimados	323.846,88 €
Margen bruto medio sobre ingresos	89,25 %
Umbral de rentabilidad	362.853,64 €

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

Esto supondría una facturación anual de 362.853,64 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 30.237,80 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
Acondicionamiento	189.000,00 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario	15.775,86 €	Fondos Ajenos	FA
Equipo informático	2.586,21 €		
Equipamiento	2.301,72 €		
Stock inicial	4.310,35 €		
Gastos establecimiento	3.448,28 €		
Fianzas	15.000,00 €		
Fondo de maniobra	79.370,58 €		
Utensilios	3.706,90 €		
IVA soportado	35.380,69 €		
Total activo	350.880,59 €	Total pasivo	350.880,59 €

(*) Se consideran 79.370,58 € 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	350.000,00	400.000,00	450.000,00
Costes variables (Ingresos x 10,75%)	37.625,00	43.000,00	48.375,00
Margen bruto (Ingresos - Costes variables)	312.375,00	357.000,00	401.625,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	350.000,00	400.000,00	450.000,00
COSTES VARIABLES	37.625,00	43.000,00	48.375,00
MARGEN BRUTO	312.375,00	357.000,00000	401.625,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	90.000,00	90.000,00	90.000,00
Suministros, servicios y otros gastos	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Otros gastos	7.200,00	7.200,00	7.200,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	181.992,00	181.992,00	181.992,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	4.140,00	4.140,00	4.140,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría + Limpieza + Control de aguas+ Lavandería	8.292,00	8.292,00	8.292,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	23.903,45	23.903,45	23.903,45
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.149,43	1.149,43	1.149,43
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	323.846,88 €	323.846,88 €	323.846,88 €
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-11.471,88 €	33.153,12 €	77.778,12 €

(1) El gasto de personal estará integrado por los sueldos de la plantilla fija de la empresa: el emprendedor (gerente del negocio), ocho masajistas, dos recepcionistas y dos camareros a todos ellos contratados a tiempo parcial, 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.