

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio  
PELUQUERÍA PARA CABLLEROS**

**Sector de Servicios**

Datos de 2005



**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 una empresa cuya actividad principal es el servicio de peluquería de caballeros..

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

En referencia a otras normativas, hay que decir que en este sector se cumplen las exigencias básicas para la expedición de la licencia apertura en cuanto a insonorización, salidas de emergencia, etc., sin que exista una regulación específica para el sector.

En aquellos centros donde se presten servicios accesorios (venta de productos cosméticos, cabinas de bronceado, etc.) la legislación hace referencia a estos aspectos en:

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

### 1.2. Perfil del emprendedor

El perfil suele corresponderse con personas con formación en peluquería y que hayan trabajado con anterioridad en el sector. Tradicionalmente ha sido una profesión ejercida por hombres, aunque cada vez se produce una mayor incorporación de mujeres a este servicio, ya no sólo con servicios de peluquería unisex sino especializada en la peluquería masculina.

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

Según un estudio realizado por la Federación Española de Empresas de Peluquería (FEEP), el sector se compone por más de 50.000 establecimientos de peluquerías en todo el territorio nacional y proporciona empleo a más de medio millón de personas. En el cuidado de la imagen se mueven además grandes cifras; tan sólo en peluquería y tratamientos de cabina, en España se destinan más de seis mil diez millones de euros al año, sin incluir otros gastos como la compra de productos de aseo personal, maquillajes, cremas, etc.

Es un sector de actividad que experimenta un crecimiento progresivo y que paulatinamente deberá racionalizarse. La explicación de esta demanda creciente se encuentra en los cambios que se han operado en nuestro estilo de vida. Entre las razones que explican estos cambios se encuentran el mayor poder adquisitivo, mayor nivel de renta, la modificación de la forma de vida y las costumbres, y la incorporación de nuevas tecnologías a determinadas actividades que permiten abaratar costes y ofertar servicios a más capas de la población.

La demanda va modificándose incorporando algunos servicios nuevos como los baños de sol, la depilación masculina o los tratamientos de cabina. A este respecto, señalar que muchas peluquerías ofrecen servicios unisex, pero aún así siguen teniendo aceptación los establecimientos diferenciados por sexos.

Otro aspecto a reseñar dentro del sector, sobre todo en peluquería, es la creciente aparición de franquicias, con un estilo y una técnica determinada, destacando la presencia de señalados profesionales que utilizan la franquicia como fórmula de expansión de su negocio.

## 2.2. La competencia

La competencia estará formada por aquellas empresas que realizan los mismos servicios que la empresa. Aquí tendremos que distinguir distintos tipos de competidores:

- **Peluquerías tradicionales** que están situadas próximas a la zona donde se tenga previsto abrir el negocio.
- **Peluquerías modernas y situadas en centros comerciales y grandes superficies** de la ciudad. Estos centros atraen a todo tipo de público, independientemente de la zona de la ciudad donde viva. Las peluquerías ubicadas en estos centros suelen ser unisex donde los servicios más demandados son tanto de belleza como de cuidado del cabello.
- **Cadenas y franquicias de peluquerías.** Están situadas no solo en los grandes centros comerciales, sino también en las calles y zonas de la ciudad de mayor tránsito de público. Algunas ofrecen servicios de calidad y vanguardia, a través de peluqueros de prestigio y avances tecnológicos (por ejemplo, cabinas de bronceado), otras cadenas ofrecen precios muy competitivos.

## 2.3. Clientes

El perfil del usuario de estos establecimientos es básicamente un hombre, de cualquier edad, que acude a una peluquería para cortarse el pelo y cuidar su imagen. Cada vez, los hombres van incorporando otros servicios en su demanda de cuidado personal; servicios como cuidado de la piel (limpieza e hidratación), depilación facial, bronceado, manicura, etc., van siendo habituales en estas empresas.

Otros servicios que vienen siendo demandados por los distintos segmentos de clientes (en función de la edad y gustos), son los peinados marcados por la moda. En este capítulo, los niños y adolescentes empiezan a demandar un servicio especializado, independientes de los gustos y preferencias de los padres.

Estos arreglos y peinados exigen una formación especializada del personal que se consigue e a través de los cursos que imparten las asociaciones de peluqueros y los propios proveedores de productos del sector.

Los servicios de peluquería, con el incremento del poder adquisitivo de la población, se han hecho asequibles, con lo que la demanda se ha incrementado.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

En la actualidad, este tipo de centros empiezan a ser considerados como un sitio donde se busca el bienestar personal y donde se logra un cuidado de la imagen.

A continuación se relacionan algunas de las recomendaciones y líneas estratégicas que se pueden diseñar para este tipo de negocios, que pueden ser las siguientes:

- **Instalaciones modernas y con un buen diseño.** Las modernas peluquerías deben contar con un mobiliario e instrumental moderno, que facilite la labor de los profesionales y haga más cómoda la espera de los clientes.
- **Horarios amplios y flexibles.** Hoy en día, el poder realizar las tareas deseadas en horas fuera del horario de trabajo, facilita el que se puedan hacer. Disponer de servicio en las horas del almuerzo y en horas después de finalización de la jornada laboral son compensadas con un importante número de clientes que no tienen otras opciones.
- **Establecimiento de precios competitivos.** Los precios deben estar en consonancia con los precios de la competencia y con la realidad socioeconómica del barrio en que esté enclavado. Se pueden contemplar ofertas como: precios especiales y ofertas para determinados colectivos (descuentos para mayores y parados), ofertas para cubrir algunas franjas horarias y días de la semana (ofertas de precios para las horas y días de menor consumo), etc.
- **Aumentar los servicios de la peluquería.** Además de los servicios tradicionales, las peluquerías modernas están muy involucradas en todo lo relacionado con el cuidado de la imagen y la salud, incorporando cada vez un mayor número de servicios interrelacionados (depilación, manicura, bronceado, masajes, etc.).
- **Venta de productos de peluquería** (champú, lociones, cremas, etc.) y estética (cremas faciales, tónicos, etc.). Muchas peluquerías distribuyen productos de su sector a precios competitivos y de calidad que aprovechan para venderlo a su clientela.

- **Atención personalizada y uso de las nuevas tecnologías.** Un elemento fundamental para retener y fidelizar a la clientela es un trato personal e individualizado. Esto se consigue a través del conocimiento de cada cliente: sus necesidades, requerimientos, problemática y expectativas.

Además, para la gestión del negocio, existen softwares especializado en peluquerías que permite hacer una gestión moderna de la peluquería (compras, control de stocks, pedidos, etc.), además de un seguimiento y control de la clientela (base de datos de clientes, fichas personales, tratamientos empleados, etc.).

## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

Básicamente los servicios que oferta este tipo de negocio van a ser los de peluquería, aunque, en función de la demanda, también deberán ir incluyendo los de estética y cuidados de la salud. Algunos de estos servicios son los siguientes:

- **Servicios de peluquería:** corte de cabello, tratamientos capilares, aplicación de técnicas de higiene, peinados especiales y de moda, tratamientos específicos de tintes (de canas, según modas, etc.), recorte de barba, pelucas, asesoramiento y venta de productos, etc.
- **Servicios de estética:** manicura, depilación (cejas, orejas, nariz, etc.), limpieza de cutis, tratamientos faciales, etc.

Además de los servicios antes mencionados, se están introduciendo nuevos servicios en las peluquerías como son: Rayos UVA, masajes corporales, tatuajes y piercing, etc.

Respecto al desarrollo de las actividades, en este negocio se realizarán todas aquellas tareas relativas a la atención de la clientela y prestación de los servicios necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes.

Para ello se desarrollarán las siguientes operaciones:

- Adquisición de los productos y materiales necesarios para el desarrollo de las actividades.
- Preparación del establecimiento, sus dependencias, equipos y materiales.
- Recibimiento y asesoramiento a la clientela sobre los servicios y posibles cambios en la imagen personal.
- Lavar y tratar el cabello y el cuero cabelludo.



- Ondular, alisar, colorar y decolorar el cabello mediante reacciones químicas.
- Cortar el cabello.
- Rasurar y arreglar barbas, bigotes y patillas.
- Marcar y peinar cabezas, pelucas y postizos.
- Aplicar técnicas de manicura y pedicura.
- Otras actividades: depilación, maquillaje, bronceado, etc.

En cuanto a la adquisición de los materiales y productos, hay que señalar que muchos centros profesionales trabajan en exclusividad con algunas casas cosméticas, mediante compromiso de compra de producto, y obtienen otras prestaciones como financiación para renovación del local, programas informáticos, cursos de reciclaje, asesoramiento, etc.

Es muy importante disponer el almacenamiento ordenado de estos productos, ya que muchos de ellos son peligrosos ya que se trata de productos químicos que generan residuos tóxicos.

## 4.2. Precios

La base de la estrategia de precios es que exista el equilibrio calidad/precios. Una calidad que va a venir medida tanto en aspectos de profesionalidad (formación técnica, experiencia, habilidades de trato social, etc.), como en el cumplimiento de las expectativas de los clientes. Para esto último va a ser importante fijar procedimientos para recoger estas expectativas y poder satisfacerlas.

Como comentamos en el anterior capítulo de estrategias, los precios deben estar en consonancia con los precios de la competencia y con la realidad socioeconómica del barrio en que esté enclavado. Se deben contemplar precios especiales y ofertas para determinados colectivos (descuentos para mayores y parados) y para cubrir algunas franjas horarias y días de la semana (ofertas de precios para las horas y días de menor consumo).

### 4.3. Comunicación

Para promocionar el negocio pueden usarse diversos medios: prensa, radio, páginas amarillas... Aunque lo más habitual al iniciar la actividad es realizar mailing o buzoneo y crear para ello un folleto con los servicios más atractivos.

Como medio de promoción fija, hay empresas del sector que han diseñado su página web, donde muestran los servicios que se prestan e imágenes de las instalaciones a la vez que muestran consejos y permiten la realización de consultas.

En cuanto a las promociones periódicas y eventuales, estas empresas suelen aprovechar las promociones que realizan las casas cosméticas con la que trabajan que les proporcionan muestras, realizan promociones de sus artículos y colaboran con diferentes elementos de apoyo de imagen al centro mediante mobiliario, escaparate, etc.

Por último, 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

El tamaño de la empresa se corresponde con los servicios que presta, de tal forma que si agrupa ambas actividades, peluquería y estética, el número de trabajadores se incrementa respecto a las empresas que sólo ofrecen servicios de peluquería.

En cuanto al perfil requerido para los trabajadores, este depende de las tareas que vaya a desarrollar:

- Peluquero/a: Su función consiste en realizar trabajos de cuidado del cabello. Las categorías que se distinguen en este perfil son la de Oficial de Peluquería, a quien corresponde la realización de trabajos técnicos (cortes, tintes,...), y la de Ayudante o Auxiliar de Peluquería, que realiza labores que no precisan técnica específica (lavar, peinar, etc).
- Esteticista: Sus labores engloban los cuidados corporales (tratamientos de belleza, depilación y otras clases de cuidado para mejorar la apariencia personal). Se distinguen dos categorías profesionales, Oficial y Ayudante o Auxiliar, diferenciadas según las labores que realicen y la experiencia que posean en el desempeño de la profesión.
- Gestión del negocio: Es necesario que exista una persona dedicada a las tareas relativas a la gestión del negocio. Además esta persona puede dedicarse a recibir a los clientes y darles información, atender a las llamadas telefónicas y concertar citas. Esta persona también será la encargada de las tareas administrativas básicas del negocio aunque es frecuente que para algunas de las tareas (contabilidad, nóminas...) se acuda a asesoría externa.

En alguno casos, también se produce subcontratación para ofrecer los servicios complementarios de estética, acudiendo a profesionales independientes (esteticistas, médicos, especialistas en nutrición...) para pasar consulta determinadas horas o días a la semana. Normalmente se trata de colaboraciones con profesionales especializados

aunque no siempre se acude a la subcontratación para ofrecer estos servicios, ya que hay empresas tienen este personal incorporado en plantilla.

## 5.2. Formación

Para adquirir los conocimientos necesarios para el desempeño de los puestos que se han señalado anteriormente, existen ofertas a nivel formativo dentro de este sector. Actualmente se pueden realizar estos estudios en: centros de formación profesional, formación profesional ocupacional, academias y centros de peluquería y estética. La normativa que debe cumplir esta formación se encuentra en el Real Decreto 332/1997, de 7 de marzo, por el que se establece el *certificado de profesionalidad de la ocupación peluquero*.

También se ofrece formación por parte de las asociaciones provinciales de peluquería, los gremios de peluqueros y proveedores del sector.

Además, también es habitual que los profesionales del sector se reciclen mediante revistas especializadas y videos demostrativos, aunque es más conveniente acudir con cierta frecuencia a cursos de reciclaje, jornadas o ferias del sector para estar al día en las distintas modalidades, ya que supone un motivo de reclamo para atraer nuevos clientes y mantener los ya existentes.

## 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

En un negocio de este tipo, la ubicación es un aspecto fundamental. Para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público: calles comerciales, peatonales o de mucho paso.

También puede ser interesante ubicarse en barrios residenciales nuevos o donde exista escasez de negocios de este tipo.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Para este negocio se precisa de un local con una superficie mínima de unos 50 m<sup>2</sup>, dividido del modo siguiente:

- Zona de peluquería con una superficie aproximada de 25 m<sup>2</sup>. Esta zona se ubicará la recepción, la zona de espera, los tocadores y lava-cabezas.
- Cabina de estética, con una superficie aproximada de 10 m<sup>2</sup>, donde se realizarán las actividades de depilación, masajes... Si se desea ofrecer servicios de bronceado, habría que instalar una cabina para bronceado.
- Almacén, con una superficie mínima de 10 m<sup>2</sup>, donde se almacenarán los productos y se guardarán los materiales.

- Aseos higiénicos-sanitarios. Habrá que adecuar un aseo para el personal y otro para los clientes.

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. Entre estas condiciones destacan:

- Acondicionamiento eléctrico: el local deberá tener tomas de electricidad industriales y una potencia contratada suficiente que permitan la correcta utilización de la maquinaria.
- Iluminación: es más apropiada la luz natural, aunque habrá que incorporar luz artificial para conseguir una buena iluminación.
- Ventilación y temperatura: Lo adecuado es conseguir una temperatura ambiente en torno a los 20° C para lo cual habrá que instalar aire acondicionado y calefacción. Además es necesario mantener el local ventilado para evitar la acumulación de los gases y olores que desprenden algunos de los productos que se utilizan.
- Los pavimentos deben ser de materiales que permitan su fácil limpieza.
- Instalación de agua: el local debe contar con instalación de agua apropiada para el desarrollo de la actividad.

Todos los aspectos anteriormente señalados son fundamentales a la hora de adecuar el local, ya que en las instalaciones elementos como la música, el color dominante o la disposición de la luz son tan importantes como el servicio que realizan, contribuyendo a dar una imagen de profesionalidad y calidad.

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

En este tipo de comercio es muy importante la imagen que se transmite a través de todos los elementos del negocio. Por ello, es fundamental contar con un diseño interior y exterior muy cuidado que transmita una imagen de elegancia y actualidad, por lo que el acondicionamiento interno y externo del local se convierte en un aspecto muy importante.

Para este acondicionamiento 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.

Estos costes pueden rondar los 15.025 € (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 apariencia de modernidad y actualidad acorde con la imagen que queremos para el negocio.

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

- *Mostrador y mobiliario para la exposición* de los productos que se vendan en la peluquería. Las estanterías, vitrinas y otros muebles que se usen para este fin deben permitir que los productos sean visibles y accesibles para mostrarlos al clientes.
- *Mesa, revistero, sillas o sillones* para la zona destinada a esperar el turno y armario o percheros para utilizar como guardarropa.
- *Elementos para la realización de las tareas de peluquería*: tocadores, espejos, sillones y reposapiés.
- *Armarios y estanterías* para el almacén.
- *Mobiliario y decoración para la sala de estética.*

El coste por estos elementos puede rondar los 3.000 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

### 6.3. Equipamiento y utensilios

El coste por todos estos conceptos será aproximadamente como se muestra en el cuadro siguiente:

PRESUPUESTO EQUIPAMIENTO Y UTENSILIOS	
<b>Equipamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secadores.</li> <li>- Lava-cabezas.</li> <li>- Esterilizador.</li> <li>- Maquinillas de cortar.</li> <li>- Equipamiento accesorio.</li> </ul>
<b>Utensilios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Batas, peinadores, guantes, gorros, capas y toallas.</li> <li>- Espejos de mano, peines y cepillos.</li> <li>- Horquillas, rulos, redecillas y bigudíes.</li> <li>- Algodón, papel de plata, papel de seda, agujas para mechas y bol para tintes.</li> <li>- Pulverizador de agua, probetas y embudos.</li> <li>- Tijeras de corte, tijeras de entresacar, navajas y cuchillas.</li> <li>- Brocha y bol para tintes y para afeitado.</li> <li>- Útiles de manicura.</li> <li>- Útiles para depilación (espátulas, pinzas...).</li> <li>- Cepillo para ropa y escobillas.</li> </ul>
<b>TOTAL</b>	<b>6.010 (IVA incluido) €</b>

### 6.4. Adquisición de productos y materiales de consumo

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de productos y materiales de consumo. Esta compra para un negocio como el que se propone en este proyecto, según la experiencia de los proveedores, es de aproximadamente 1.800 €(IVA incluido), cantidad que incluye, entre otros los siguientes productos:



- Champúes normales y especiales, cremas suavizantes y mascarillas.
- Lociones, ampollas, plis, espumas, lacas, fijadores...
- Tintes, tinte vegetal, aceite decolorante y crema protectora.
- Permanentes: líquidos rizantes, desrizantes y neutralizantes.
- Polvos decolorantes y agua oxigenada.
- Líquidos quitamanchas. Polvos de talco.
- Etc.

Una vez realizada la primera compra, se irán reponiendo las cantidades consumidas. Para ello, es necesario llevar una correcta gestión de inventarios y realizar los pedidos con suficiente antelación para evitar roturas de stock.

## 6.5. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.100 € más 176 € en concepto de IVA.

## 6.6. 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 1.392 euros (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 1.000 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

### 6.7. 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	CUANTÍA
Alquiler	500 €
Suministros	150 €
Sueldos	1.800 €
Cuota Autónomos + S.S. trabajadores	574 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	150 €
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>3.324 €</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>9.972 €</b>

## 6.8. 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	12.953 €	2.072 €	15.025 €
Mobiliario y decoración	2.586 €	414 €	3.000 €
Equipamiento y utensilios	5.181 €	829 €	6.010 €
Stock inicial de productos	1.552 €	248 €	1.800 €
Equipo informático	1.100 €	176 €	1.276 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	1.000 €	0 €	1.000 €
Fondo de maniobra	9.972 €	0 €	9.972 €
<b>TOTAL</b>	<b>35.544 €</b>	<b>3.931 €</b>	<b>39.475 €</b>

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

### 7.1. Márgenes

Dentro de este negocio, existen distintos márgenes en función de la actividad concreta que se realice. Por ejemplo, hay servicios de peluquería como el corte de pelo que dejan prácticamente el 100% de margen sobre el precio cobrado, y otros como la venta de productos que pueden dejar un margen del 50% sobre la venta.

Para realizar el estudio se ha considerado que los márgenes medios sobre ingresos serán del modo siguiente:

TIPOS DE SERVICIOS	REPARTO VENTAS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Peluquería	85%	95%	80,75%
Estética	5%	85%	4,24%
Venta de Productos	10%	50%	5,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>90%</b>

### 7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Consumo de productos:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 10% del volumen de los ingresos del mes, este consumo es equivalente al margen del 90% los ingresos.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 50 m<sup>2</sup>. El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 500 € mensuales.

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

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

Estos gastos se estiman en unos 150 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 90 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 60 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

La plantilla básica estará integrada por 2 personas: un oficial peluquero y un ayudante de peluquería. Además se contratará a media jornada a un esteticista para la realización de los posibles servicios de estética que se demanden (sería conveniente que esta persona supiera también desarrollar las tareas de peluquería para encargarse de estas tareas en el caso de que los servicios de estética no sean muy demandados).

Es conveniente que la persona emprendedora sea oficial de peluquería y que asuma la gestión del negocio a la par que realiza tareas de peluquería, para ello estaría dada de alta en la Seguridad Social en el Régimen Especial de Autónomos.

El gasto de personal se repartiría del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente – Oficial de peluquería (emprendedor autónomo)	1125 €	0 € (*)	1.125 €
Ayudante de peluquería	500 €	157 € (**)	657 €
Esteticista	400 €	129 € (***)	529 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.025 €</b>	<b>286 €</b>	<b>2.311 €</b>

(\*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

(\*\*) Seguridad Social a cargo de la empresa por el trabajador contratado a tiempo completo.

(\*\*\*) Seguridad Social a cargo de la empresa por el trabajador contratado a tiempo parcial.

▪ **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (posibles reparaciones, seguros...). La cuantía estimada anual será de 1.800 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 150 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	12.953 €	10 %	1.295 €
Mobiliario y decoración	2.586 €	20 %	517 €
Equipamiento y utensilios	5.181 €	20 %	1.036 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>3.429 €</b>

(\*) 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	1.200 €	33,3 %	400 €
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>400 €</b>

### 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:** estos ingresos vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 10% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	6.000 €
Suministros	1.800 €
Sueldos	21.600 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajadores)	6.888 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	1.800 €
Amortización del inmovilizado material	3123 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
<b>Total gastos fijos estimados</b>	<b>43.411 €</b>
<b>Margen bruto medio sobre ventas</b>	<b>90%</b>
<b>Umbral de rentabilidad</b>	<b>48.234 €</b>

Esto supondría una facturación anual de 48.234 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 4.020. euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

Obtener el dinero para iniciar el negocio es una de las principales cuestiones que habrá que resolverse.

Para financiar el negocio existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos... cual será la mejor de ellas 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	12.953 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento y útiles	5.181 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	2.586 €		
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	1.000 €		
Existencias y materiales	1.552 €		
Tesorería (*)	9.972 €		
IVA soportado	3.931 €		
<b>Total activo</b>	<b>39.475 €</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>39.475 €</b>

(\*) Se consideran 9.972 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

Los ingresos estarán formados por los servicios de peluquería, servicios de estética y por la venta de productos.

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
<b>Ingresos</b>	45.000	60.000	75.000
<b>Consumo</b> (Ingresos x 10%)	4.500	6.000	7.500
<b>Margen bruto</b> (Ingresos - Consumo)	<b>40.500</b>	<b>54.000</b>	<b>67.500</b>

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	45.000	60.000	75.000
CONSUMO	4.500	6.000	7.500
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>40.500</b>	<b>54.000</b>	<b>67.500</b>
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	6.000	6.000	6.000
Suministros, servicios y otros gastos	1.800	1.800	1.800
Otros gastos	1.800	1.800	1.800
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	28.488	28.488	28.488
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	3.123	3.123	3.123
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
<b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>	<b>43.411</b>	<b>43.411</b>	<b>43.411</b>
<b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b>	<b>- 1.589</b>	<b>10.589</b>	<b>24.089</b>

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio (que también realizará tareas de peluquería), el sueldo de un ayudante de peluquería contratado a tiempo completo y un esteticista a tiempo parcial, a lo que se le suma la cuota de autónomo y 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 disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.