

300 planes de negocio

**Plan de negocio
PELUQUERÍA PARA MASCOTAS**

Sector de Servicios

Datos de 2007



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 "salón de belleza para mascotas" cuyas actividades están dedicadas al cuidado de la imagen de las mascotas. En el negocio se ofrecerán servicios de baño, desparasitación, cepillado, secado, corte, etc.

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

En cuanto a la legislación vigente debemos saber que salvo en ciertos casos como las residencias, hoteles y tiendas de mascotas, para cuyo funcionamiento se exige que sean declarados "núcleo zoológico" por la consejería de Agricultura de la comunidad autónoma en la que se ubiquen, el resto de negocios no tiene una normativa que los regule.

1.2. Perfil del emprendedor

La persona que desee emprender este negocio debe ser una persona dinámica, creativa y activa, que le guste el trato con los animales, y sea capaz de asesorar y orientar a los clientes.

En este caso no basta solo con elegir el negocio, ya que para emprender en el sector de los animales de compañía, hay que sentir respeto y afecto por ellos. Este sentimiento debe también existir en el personal contratado.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

Actualmente el cuidado de las mascotas domésticas es un tema de preocupación para sus dueños. El ritmo de vida actual deja poco tiempo libre para que los dueños cuiden de sus mascotas por lo que muchos que bañen y pelen a sus animales en una peluquería y así evitarse esta labor en casa. Añadido a todo esto debemos tener en cuenta que ciertas razas, como los caniches o los gatos persas, requieren un cuidado especial o una atención más frecuente.

Un dato importante es que en nuestro país cerca de 20 millones de perros, gatos, pájaros y peces viven como mascotas en el 37% de los hogares españoles, cifra que se estima irá aumentando en los próximos años. Por estas razones el número de peluquerías caninas en las ciudades españolas se han incrementado en gran medida.

En contraposición a estos datos, debemos indicar que el número de empresas competidoras también está creciendo en gran medida, ayudado por la no necesidad de tener una formación específica, siendo el único escollo que podemos encontrar, en ciertos casos (hoteles, residencias y tiendas de mascotas), la necesidad de solicitar el certificado de "núcleo zoológico" que lo expide La Consejería de Agricultura de la comunidad autónoma en la que se ubique el negocio.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia, será necesario analizar a las empresas que realicen los mismos servicios que nuestra empresa y empresas que, aunque no ofrezcan inicialmente estos servicios, los tengan como complementarios al principal. Aquí habrá que distinguir distintos tipos de empresas:

- *Peluquerías de mascotas*, que ofrecen los mismos servicios que nuestro negocio.
- *Clínicas veterinarias*, en este caso el servicio principal de la clínica no es el cuidado estético de las mascotas sino su atención médica, sin embargo muchas

de ellas ofrecen como servicios complementarios el corte, lavado, desparasitado, etc., por lo que debemos considerarlos como competencia.

- *Servicios de cuidado a domicilio*, prestan nuestro mismo servicio, con la salvedad de que el cliente no tiene porque desplazarse hasta el establecimiento, sino que es la empresa la que se acerca a la casa del cliente.

2.3. Clientes

Hace pocos años tener una mascota no era muy común. Sin embargo, de unos años hacia aquí, se está incrementando el número de personas que deciden tener un animal de compañía en casa.

El abanico de clientes es muy amplio y heterogéneo: niños y jóvenes que quieren tener como amigo un animal, personas de mediana edad que buscan en ellos un sustituto de los hijos que no han tenido o que ya se han ido de casa, personas mayores para las que los animales de compañía aumentan su calidad de vida.

Como podemos ver el perfil actual del usuario de estos establecimientos se va diversificando; se trata básicamente de personas que, por diversos motivos: principalmente por la escasez de tiempo del que disponen, por la comodidad y las necesidades específicas de sus mascotas (tamaño, cuidados especiales, etc.), acuden a una peluquería de mascotas para mantener la imagen e higiene de sus mascotas.

Es importante destacar que cada vez es más frecuente que además de preocuparse por la salud del animal, se acuda para mantener una estética cuidada del mismo.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En la actualidad, los propietarios de animales procuran a sus mascotas cuidados de peluquería no sólo con finalidades sanitarias y prácticas, sino también estéticas. Por este motivo, este tipo de centros empiezan a cobrar importancia.

A continuación se detallan algunas de las recomendaciones y líneas estratégicas que se pueden diseñar para este tipo de negocios:

- **Higiene del establecimiento.** La limpieza y desinfección de las instalaciones debe ser escrupulosa ya que por el negocio pasarán cientos de animales al año. Es recomendable utilizar productos de limpieza que eliminen cualquier mal olor.
- **Instalaciones modernas y adecuadas al uso previsto.** Las instalaciones deben contar con un mobiliario e instrumental moderno, que facilite la labor de los profesionales y haga más cómoda la espera de los clientes aunque siempre debe estar supeditada a la mayor asepsia posible. Para conseguir esto es aconsejable el uso de alicatados o vinilos fáciles de limpiar.
- **Instalaciones transparentes y ubicación del local.** Es muy importante y está muy valorado por el cliente que la totalidad de las instalaciones sean mostradas, bien con ventanas o semimuestras, para que pueda ver en todo momento como se trata a su mascota. En cuanto a la ubicación del local buscaremos una zona donde viva gente con animales o este cerca de un parque para atraer a los clientes cuando vayan a dar un paseo a sus mascotas
- **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,

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 ofrecidos.** Además de los servicios tradicionales de peluquería y desparasitamiento, sería importante ampliar la oferta de servicios ofreciendo por ejemplo: guardería para cachorros, paseadores de mascotas, servicio de peluquería a domicilio, etc.
- **Venta de productos.** Para el aseo (champú, colonias, cepillos, etc.), complementos (lazos para el pelo, correas, ropa, juguetes, etc.), comidas, etc.
- **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 del cliente y su mascota: sus necesidades, requerimientos, problemática, etc.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

La oferta de este negocio estará compuesta por servicios de peluquería y otros servicios complementarios. En cada uno de los ámbitos de trabajo se realizan los siguientes servicios:

- En peluquería: corte, lavado, secado y cepillado.
- Otros servicios complementarios: desparasitación, limpieza de orejas, corte de uñas, glándulas anales, etc.

Como se ha comentado en el apartado referente a las líneas estratégicas, además de estos servicios, la evolución del sector y el ritmo de vida de los dueños de las mascotas, está haciendo crecer la demanda de otros servicios como: paseadores que saquen a la calle a las mascotas mientras los dueños están en el trabajo, guardería de cachorros, servicios de peluquería a domicilio, etc.

Para satisfacer estas demandas hay establecimientos en los que se desarrollan la mayoría de los servicios y otros en los que están especializados en uno o varios de ellos.

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.
- Asesoramiento a la clientela sobre sus mascotas y los servicios ofrecidos.
- Lavado de los animales.
- Corte de pelo.

- Secado.
- Cepillado.
- Limpieza de orejas.
- Desparasitación.
- Corte de uñas.
- Etc.

4.2. Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer un buen servicio a precios competitivos.

La fijación de precios va a estar orientada en función del público al que queramos dirigirnos y, especialmente, en función de la ubicación del local y los servicios que se ofrezcan.

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

4.3. Comunicación

Para promocionar el negocio pueden usarse diversos medios: prensa, radio, páginas amarillas, etc. 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 los proveedores 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 número de trabajadores idóneo para este negocio dependerá de la clientela que se pretenda absorber, inicialmente una única persona podría desempeñar toda la labor, aunque esto limitaría en gran medida la cantidad de clientes que podrían ser atendidos, por lo que consideramos que la plantilla debería estar compuesta por dos personas.

Con dos personas y los medios necesarios, como por ejemplo la jaula-secadora, podría darse servicio a 20 animales diarios. En este caso uno de los dos empleados además de realizar las labores propias de la peluquería debería también llevar la gestión del negocio.

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 corte, lavado, secado, desparasitado, cepillado, etc. No es necesaria una formación específica aunque si se debe tener experiencia en cortar el pelo a animales, bien porque lo haya practicado con su propio animal o porque lo haya visto hacer.
- 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, etc.) se acuda a asesoría externa.

HORARIOS

La persona encargada deberá estar a tiempo completo. El otro trabajador podrá estar contratado a tiempo completo o parcial, dependiendo de la demanda del establecimiento, pudiéndose contar con un refuerzo en las horas puntas del negocio o durante los fines de semana donde la afluencia de público es mayor.

El horario de apertura al público debe ser el máximo de horas posibles y durante el mayor número de días posible.

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, como por ejemplo master en animales de compañía y cursos específicos impartidos en academias y asociaciones veterinarias.

En cuanto a la formación continua en las empresas, hay que señalar que en las empresas del sector no es frecuente encontrar la existencia de un plan de formación para los trabajadores, sin embargo es habitual que parte de la formación necesaria para el desempeño del puesto se reciba en el mismo puesto de trabajo empezando en el oficio como ayudante o auxiliar.

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: zonas donde viva gente con animales, cerca de un parque, etc.

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 m², dividido del modo siguiente:

- **Zona recepción**, con una superficie aproximada de 15 m². Esta zona se ubicará la recepción y la zona de espera.
- **Zona de peluquería**, con una superficie aproximada de 25 m², donde se realizarán las actividades propias del negocio, corte, lavado, secado, cepillado, desparasitado, etc.
- **Almacén**, con una superficie aproximada de 5 m², donde se almacenarán los productos y se guardarán los materiales.

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. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de reformas, dependiendo el coste de estas del estado inicial del local. Dicho coste será necesario afrontarlo en el inicio de la actividad, añadiéndole además los costes por licencia de obra y proyecto.

Estos costes pueden rondar los 10.440,00 € (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 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. Las estanterías, vitrinas y otros muebles que se usen para este fin deben permitir que los productos sean visibles y accesibles para mostrarlos a los clientes.
- *Mesa, revistero, sillas o sillones* para la zona destinada a esperar el turno.

- *Elementos para la realización de las tareas de peluquería:* mesas, jaulas para que los animales esperen hasta que les toque su turno, etc.
- *Armarios y estanterías* para el almacén.

El coste por estos elementos puede rondar los 4.640,00 € (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 maquinaria

El equipamiento y la maquinaria necesaria para el desarrollo de las actividades de este negocio estará compuesto por elementos de distintos tipos:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
BAÑERAS (2 Unds)	1.260,86	201,74	1.462,60 €
JAULA SECADORA	2.617,16	418,74	3.035,90 €
MAQUINAS DE CORTAR PELO (2 Unds)	554,36	88,70	643,06 €
SECADORES DE MANO (2 Unds)	100,00	16,00	116,00 €
OTRO EQUIPAMIENTO (PEQUEÑA MAQUINARIA, UTENSILIOS, ETC.)	700,00	112,00	812,00 €
TOTAL	5.232,38 €	837,18 €	6.069,56 €

6.4. Adquisición de productos y materiales de consumo

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de productos de peluquería y complementos (champú, colonias, cepillos, etc.) que serán empleados para realizar las actividades y para venta a los clientes.

Esta compra para un negocio como el que se propone en este proyecto, según la experiencia de los proveedores, es de aproximadamente 2.000,00 € (IVA incluido).

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, 1.650,00 € más 264,00 € 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.

Los gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 1.798,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, de las tasas del Ayuntamiento, del perito que elabora el proyecto técnico, etc. Estos gastos serán mayores en el caso de que se decida constituir 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 1.100,00 € (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	TOTAL CON IVA
Alquiler	638,00
Suministros	278,40
Sueldos y S.S.	2.830,00
Asesoría	104,40
Publicidad	104,40
Otros gastos	232,00
Total Pagos en un mes	4.127,20 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	12.561,60 €

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	9.000,00	1.440,00	10.440,00 €
Mobiliario y decoración	4.000,00	640,00	4.640,00 €
Equipamiento y maquinaria	5.232,38	837,18	6.069,56 €
Stock inicial de productos	1.724,14	275,86	2.000,00 €
Equipo informático	1.650,00	264,00	1.914,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.550,00	248,00	1.798,00 €
Fianzas	1.100,00		1.100,00 €
Fondo de maniobra	12.561,60		12.561,60 €
TOTAL	36.818,12	3.705,04	40.523,16

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 INGRESOS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Peluquería	90%	95%	85,50%
Venta de Productos	10%	50%	5%
TOTAL	100%		90,50%

7.2. Estructura de costes

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

- **Costes variables:**

El coste variable se estima en un 9,50% del volumen de los ingresos del mes, este coste es equivalente al margen del 90,50% los ingresos.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 50 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 550,00 € 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 (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.).

Estos gastos se estiman en unos 240,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Los gastos de personal están formados por los salarios y gastos de seguridad social de una plantilla de 2 personas: el gerente y un ayudante de peluquería.

Es conveniente que la persona emprendedora sea el gerente 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 (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente – Oficial de peluquería (empresador autónomo)	1.500,00 (*)	0,00	1.550,00 €
Ayudante de peluquería	1.000,00	330,00 (**)	1.330,00 €
TOTAL	2.500,00 €	330,00 €	2.830,00 €

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

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por cada persona contratado a tiempo completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores (posibles reparaciones, seguros, etc.). La cuantía estimada anual será de 2.400,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 200,00 €.

▪ **Amortización:**

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

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	9.000,00	10 %	900,00 €
Mobiliario y decoración	4.000,00	20 %	800,00 €
Equipamiento y maquinaria	5.232,38	20 %	1.046,48
Equipo informático	1.650,00	25 %	412,50 €
TOTAL ANUAL			3.158,98 €

(*) 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	1.550,00	33,3 %	516,67 €
TOTAL ANUAL			516,67 €

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 de productos y la realización de servicios.
- **Gastos:** estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste del 9,50% 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	6.600,00 €
Suministros	2.880,00 €
Sueldos	30.000,00 €
Seguridad Social	3.960,00 €
Asesoría	1.080,00 €
Publicidad	1.080,00 €
Otro gastos	2.400,00 €
Amortización del inmovilizado material	3.158,98 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67 €
Total gastos fijos estimados	51.675,64 €
Margen bruto medio sobre ingresos	90,50%
Umbral de rentabilidad	57.100,16 €

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

Esto supondría una facturación anual de 57.100,16 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 4.758,35 euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar el negocio existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos, renting, leasing, etc. 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	9.000,00	Fondos Propios	FP
Equipamiento	5.232,38	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	4.000,00		
Equipo informático	1.650,00		
Gastos de constitución	1.550,00		
Fianzas	1.100,00		
Existencias y materiales	1.724,14		
Tesorería (*)	12.561,60		
IVA soportado	3.705,04		
Total activo	40.523,16 €	Total pasivo	40.523,16 €

(*) Se consideran 12.561,60 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

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

Habitualmente, al iniciarse el negocio, el volumen de ingresos será inferior al que se alcanzará cuando el negocio vaya consolidándose y dándose a conocer a un mayor número de clientes.

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	45.000,00	60.000,00	80.000,00
Costes variables (Ingresos x 9,50%)	4.275,00	5.700,00	7.600,00
Margen bruto (Ingresos – Costes variables)	40.725,00	54.300,00	72.400,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	45.000,00	60.000,00	80.000,00
COSTES VARIABLES	4.275,00	5.700,00	7.600,00
MARGEN BRUTO	40.725,00	54.300,00	72.400,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Suministros, servicios y otros gastos	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Otros gastos	2.400,00	2.400,00	2.400,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Seguridad Social	3.960,00	3.960,00	3.960,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080,00	1.080,00	1.080,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.080,00	1.080,00	1.080,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	3.158,98	3.158,98	3.158,98
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	516,67	516,67	516,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	51.675,64	51.675,64	51.675,64
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-10.950,64	2.624,36	20.724,36

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