

300 planes de negocio

**Plan de negocio
SALÓN DE BELLEZA**

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 un salón de belleza cuyas actividades están englobadas en el sector de servicios personales dedicados al cuidado de la imagen, tanto corporal como del cabello.

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

La legislación básica existente respecto a este sector hace referencia a distintos aspectos:

- 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.

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.

1.2. Perfil del emprendedor

El perfil suele corresponderse con personas jóvenes con formación en peluquería y estética que hayan trabajado con anterioridad.

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

Para el análisis de la competencia, será necesario analizar a las empresas que realicen los mismos servicios que nuestra empresa. Aquí habrá que distinguir distintos tipos de empresas:

- *Salones de Belleza y Peluquerías tradicionales*, que ofrecen los servicios que le son propios, y en el caso de las peluquerías complementan además su actividad con manicura y algo de estética.
- *Establecimientos más actualizados*. Este segmento es muy dinámico, y atrae a un tipo de público que valora mucho el diseño, el estilo del establecimiento, la oferta de nuevas tendencias, y donde convergen no sólo los nuevos profesionales que irrumpen en el mercado, sino también aquellos profesionales que tratan de estar al día.

2.3. Clientes

El perfil actual del usuario de estos establecimientos se va diversificando; se trata básicamente de personas que por diversos motivos acuden a un centro para cuidar su imagen externa. Cada vez es más frecuente que, además de preocuparse por el cabello, se acuda para recibir tratamientos de cuidado del cuerpo.

Por otra parte, los hábitos de consumo se han ido modificando:

- Ha disminuido la edad a la que las personas comienzan a acudir a estos centros. Así, en la actualidad hay otros colectivos que antes no acudían a este tipo de centros y ahora lo hacen.
- Ha aumentado el número de hombres que acude a este tipo de establecimiento para recibir tratamientos no sólo capilares sino también corporales. Aunque siguen siendo las mujeres las que acuden con mayor frecuencia.
- Respecto al nivel económico, la disminución de los precios hace que hoy en día resulten asequibles para toda la población.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

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

Aunque los servicios de peluquería y la estética tienden a diferenciarse, y a ejecutarse por profesionales diferenciados y especializados, nos encontramos con que cada vez más establecimientos ofrecen servicios de ambas actividades o incorporan algunos servicios como manicura o depilación en el caso de las peluquerías.

El motivo de ello es el intento por diversificar las actividades de la empresa para atraer a un mayor número de clientes y fidelizarlos adaptándose a sus necesidades. Para ello, es habitual encontrar empresas que están realizando:

- Ampliaciones de los horarios.
- Aumento del número de servicios ofrecidos: además de los servicios típicos de peluquería ofrecen otros complementarios como servicios de estética (maquillaje, manicura, depilación...), masajes o bronceado.
- Venta de productos especializados de peluquería, estética y cosmética a los clientes.
- Etc.

Por otra parte, otro aspecto clave para el éxito del negocio es la información sobre nuevas tendencias. A este respecto, señalar que las asociaciones profesionales del sector disponen de material formativo, además de organizar talleres de creación y cursos para profesionales.

Además es recomendable asistir a las ferias del sector como Salon Look Internacional, en Madrid ó Cosmobelleza, en Barcelona. También se puede acudir a demostraciones realizada por alguno de los principales proveedores o casas cosméticas. En este sentido, muchos centros profesionales trabajan en exclusividad con estas 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.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

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

- En peluquería: tratamientos capilares, aplicación de técnicas de higiene, peinado y marcado, tratamientos específicos de tintes, mechas, permanentes, aplicación de extensiones, pelucas, postizos, asesoramiento y venta de productos.
- En estética: manicura y pedicura, limpieza de cutis, maquillaje, depilaciones, etc.

Además de estos servicios, la evolución del sector está haciendo crecer la demanda de otros servicios como: baños de sol y tratamientos corporales (como masajes, aplicación de técnicas hidrotermales, láser,...), micropigmentación, tatuaje o talleres de piercing.

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.
- 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.

Otro aspecto a tener en cuenta en relación al desarrollo de las actividades es la estacionalidad de la demanda. Así, hay épocas del año en las que aumenta considerablemente el volumen negocio: navidades, Semana Santa, fiestas, comuniones...

4.2. Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse 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... 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, recoger, etc).
- Esteticista: Sus labores engloban los cuidados corporales (tratamientos de belleza, maquillaje, 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 algunos 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.

En cuanto a la formación continua en las empresas, hay que señalar que en las pequeñas y medianas 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: 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 80 m², dividido del modo siguiente:

- **Zona de peluquería** con una superficie aproximada de 25 m². Esta zona se ubicará la recepción, la zona de espera, los tocadores y lava-cabezas.
- **Cabina de estética**, con una superficie aproximada de 15 m², 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 m², 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 18.030 € (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 a los 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 4.060 € (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:

- Secadores de mano, de pie o de pared.
- Plancha para el pelo.
- Lava-cabezas.
- Esterilizador.
- Maquinillas de cortar.
- Fundidor de cera
- Etc.

El coste por estos elementos se ha estimado en 5.220 € (IVA incluido). Esta cantidad dependerá del tipo de elementos y de su número.

6.4. Herramientas y útiles

Será necesario adquirir una serie de elementos fundamentales para el desarrollo de las actividades como:

- Batas, peinadores, guantes, gorros, capas y toallas.
- Espejos de mano, peines y cepillos.
- Horquillas, rulos, redecillas y bigudíes.
- Algodón, papel de plata, papel de seda, agujas para mechas y bol para tintes.
- Pulverizador de agua, probetas y embudos.
- Tijeras de corte, tijeras de entresacar, navajas y cuchillas.

- Brocha y bol para tintes y para afeitado.
- Útiles de manicura.
- Útiles para depilación (espátulas, pinzas...).
- Cepillo para ropa y escobillas.
- Etc.

El coste de estos conceptos se ha estimado en unos 986 € (IVA incluido).

6.5. Adquisición de productos y materiales de consumo

Para comenzar la actividad habrá que realizar una primera compra de productos de peluquería y estética (champú, cremas para el pelo, maquillajes, 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 2.030 €, cantidad que incluye, entre otros los siguientes productos:

- Champús 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, polvos de talco y agua oxigenada.
- Líquidos quitamanchas, etc.

6.6. 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.

6.7. 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 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 1.600 € (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	CUANTÍA
Alquiler	800 €
Suministros	240 €
Sueldos	2.850 €
Cuota Autónomos + S.S. trabajadores	852 €
Asesoría	60 €
Publicidad	90 €
Otros gastos	150 €
Total Pagos en un mes	5.042 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	15.126€

6.9. Memoria de la inversión

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

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	15.543 €	2.487 €	18.030 €
Mobiliario y decoración	3.500 €	560 €	4.060 €
Equipamiento y maquinaria	4.500 €	720 €	5.220 €
Utensilios	850 €	136 €	986 €
Stock inicial de productos	1.750 €	280 €	2.030 €
Equipo informático	1.100 €	176 €	1.276 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	1.200 €	192 €	1.392 €
Fianzas	1.600 €	0 €	1.600 €
Fondo de maniobra	15.126€	0 €	15.126 €
TOTAL	45.169 €	4.551 €	49.720 €

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	65%	95%	62,75%
Estética	20%	85%	17,00%
Venta de Productos	15%	50%	7,50%
TOTAL	100%		87,25%

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 12,75% del volumen de los ingresos del mes, este consumo es equivalente al margen del 87,25% los ingresos.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de, al menos, 80 m². El precio aproximado para un local de estas dimensiones, es de unos 800 € 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 240 € 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:**

Los gastos de personal están formados por los salarios y gastos de seguridad social de una plantilla de 4 personas: dos oficiales peluqueros, un esteticista y un ayudante de peluquería.

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)	900 €	225 € (*)	1.125 €
Oficial de peluquería	725 €	235 € (**)	960 €
Esteticista	725 €	235 € (**)	960 €
Ayudante de peluquería	500 €	157 € (**)	657 €
TOTAL	2.850 €	852 €	3.702 €

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

(**) 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...). 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 (*)	15.543 €	10 %	1.554 €
Mobiliario y decoración	3.500 €	20 %	700 €
Equipamiento y maquinaria	4.500 €	20 %	900 €
Equipo informático	1.100 €	25 %	275 €
TOTAL ANUAL			3.429 €

(*) 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 €
TOTAL ANUAL			400 €

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 12,75% 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	9.600 €
Suministros	2.880 €
Sueldos	34.200 €
S.S. (Cuota Autónomos + S.S. trabajador)	10.224 €
Asesoría	720 €
Publicidad	1.080 €
Otro gastos	1.800 €
Amortización del inmovilizado material	3.429 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400 €
Total gastos fijos estimados	64.333 €
Margen bruto medio sobre ventas	87,25%
Umbral de rentabilidad	73.734 €

Esto supondría una facturación anual de 73.734 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 6.145. euros.

8. FINANCIACIÓN

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

Para financiar el salón de belleza 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	15.543 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	4.500 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	3.500 €		
Equipo informático	1.100 €		
Gastos de constitución	1.200 €		
Fianzas	1.600 €		
Útiles	850 €		
Existencias y materiales	1.750 €		
Tesorería (*)	15.126 €		
IVA soportado	4.551 €		
Total activo	49.720 €	Total pasivo	49.720 €

(*) Se consideran 15.126 € 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.

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, sobre todo irán aumentando los servicios de estética y la venta de productos.

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

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	70.000	90.000	120.000
Consumo (Ingresos x 12,75%)	8.925	11.475	15.300
Margen bruto (Ingresos - Consumo)	61.075	78.525	104.700

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
INGRESOS	70.000	90.000	120.000
CONSUMO	8.925	11.475	15.300
MARGEN BRUTO	61.075	78.525	104.700
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	9.600	9.600	9.600
Suministros, servicios y otros gastos	2.880	2.880	2.880
Otros gastos	1.800	1.800	1.800
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + SS	44.424	44.424	44.424
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.080	1.080	1.080
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	720	720	720
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	3.429	3.429	3.429
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	400	400	400
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	64.333	64.333	64.333
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	- 3.258	14.192	40.367

(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 oficial de peluquería, esteticista y un ayudante de peluquería, todos ellos contratados a tiempo completo, 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.