



## Centro de depilación láser

Centro dedicado exclusivamente a ofrecer servicios de depilación láser para la eliminación del vello de forma permanente.

### Propuesta de Valor



Creación de un centro dedicado exclusivamente a ofrecer servicios de depilación láser, al que las personas pueden acudir para que les eliminen el vello de la zona deseada de forma permanente. Cada vez son más las personas, tanto hombres como mujeres, que recurren a la depilación láser, un método cómodo y eficaz que puede ser aplicado en múltiples zonas del cuerpo, tanto faciales como corporales, y siempre por personal cualificado. La duración del tratamiento depende del tipo de piel, del vello y de la zona a depilar.

En la actualidad, el éxito de un negocio como el que se propone se basa en conseguir la satisfacción y confianza del cliente mediante una oferta de calidad que cumpla todas las exigencias higiénicas y sanitarias, orientada a su bienestar personal y que exceda todas sus expectativas. En este sentido, se debe buscar la diferenciación a través del trato personalizado y la calidad del servicio. Para conseguir una oferta como la descrita son fundamentales los siguientes aspectos:

- Servicio integrado y de calidad: el pilar de todo centro de depilación láser consiste en ofrecer un servicio integrado, desde el primer estudio sobre el tipo de piel y vello para valorar cuáles son las mejores opciones de depilación láser hasta el seguimiento y la asistencia personalizada tras la finalización del tratamiento, todo ello garantizando la máxima seguridad en todo momento. Los clientes que acuden a este tipo de establecimientos buscan un resultado duradero, o incluso definitivo, pero siempre que el tratamiento cumpla con las normas sobre higiene y sanidad que lo regulan.

- Preparación del personal: contratar a trabajadores con un mínimo de formación para realizar tratamientos de depilación láser es uno de los aspectos más importantes para el éxito del negocio. Los clientes están poniendo sus cuerpos en manos de personas de las que esperan que sean profesionales comprometidos con su trabajo y capaces de ofrecer el mejor servicio y garantizar la máxima seguridad. Por ello, es importante que los trabajadores sean profesionales del sector,

preferiblemente con experiencia y motivación suficientes para cumplir con estas expectativas.

- Continua adaptación a las nuevas tecnologías: es recomendable mantenerse al día en los últimos métodos y técnicas en depilación láser, para lo que existen varias alternativas. Por un lado, se puede acudir a las ferias de estética que se organizan anualmente en diferentes ciudades, en las que se pueden conocer las últimas novedades en el mundo de la depilación láser y recibir asesoramiento acerca de cómo implementarlas en el propio negocio. Algunas ferias de este tipo en España son el Salón Look internacional de Madrid y la Cosmobbelleza de Barcelona. Por otro lado, las asociaciones profesionales ofrecen material formativo, cursos y talleres con cierta periodicidad, que ayudan a los profesionales a conocer los últimos servicios y las nuevas técnicas del mercado.

Las actividades clave del negocio son, en primer lugar, las de abastecimiento o compra de los productos que se necesitan para la realización de la depilación con láser (geles, gafas de protección) y, en segundo lugar, las actividades propias del negocio, consistentes en los tratamientos de depilación láser que se lleven a cabo en el establecimiento, y que pueden ser de un solo tipo o bien de varios, en función del tipo de piel y de vello.

### Mercado



Aunque el sector de la peluquería y la estética no está atravesando su mejor momento, con un descenso en la facturación de más del 5%, así como en el número de empleos (4.000 menos) y de establecimientos (2.000 menos), el cuidado de la imagen y la salud tiene cada vez más aceptación entre la población española. Entre los españoles, el culto al cuerpo y el interés por el cuidado personal tienen gran arraigo, especialmente el cuidado de la piel, cuyos tratamientos han pasado a liderar el mercado, según datos de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA).

Según datos de la compañía de investigación de mercados CfK, el sector de bienes de consumo

tecnológico (TCG), entre los que se encuentra la depilación láser, ha experimentado en 2014 un crecimiento de casi un 5% con respecto al año anterior. Cada vez más personas están interesadas en eliminar el vello de determinadas zonas de su cuerpo de forma definitiva. Una de las principales motivaciones para ello es la comodidad; un ritmo acelerado de vida y la falta de tiempo suficiente para el cuidado personal han hecho de la depilación láser la mejor solución para el vello.

No obstante, el sector también se vio afectado por la crisis económica y por la aparición de numerosos competidores, que han ido desapareciendo paulatinamente. Entre estos competidores se pueden destacar los siguientes:

- Centros de depilación láser de similares características al negocio que se propone: estos centros ofrecen servicios de depilación láser muy similares, por lo que van a ejercer una competencia directa, especialmente si se encuentran en la zona de influencia del establecimiento. Además, la competencia va a ser especialmente dura si cuentan con la confianza y lealtad de su clientela.

- Franquicias de depilación láser: cada vez son más numerosas y ofrecen múltiples ventajas con respecto a la apertura de un centro de depilación láser único, pues cuentan con el respaldo de formar parte de una gran cadena de centros y de una marca conocida.

- Peluquerías y centros de estética tradicionales que hayan incluido en su oferta servicios de depilación láser: son muchos los centros tradicionales que incorporan estos servicios, por lo que su competencia también va a ser significativa. Suelen destacar por su proximidad y cuentan con una clientela fiel y habitual que, ya con anterioridad, ha acudido al centro para someterse a tratamientos de depilación más convencionales, por lo que conocen el centro y confían en sus profesionales.

- Spas y balnearios que incluyan entre su oferta servicios de depilación láser: la competencia de estos negocios no va a ser tan intensa porque los clientes que acuden a ellos van buscando otro tipo de servicios y, como complemento, solicitan servicios de depilación láser. En cambio, la mayoría de las personas que busca específicamente someterse a un tratamiento de depilación láser no acude a un spa o a un balneario, sino a un centro especializado que pueda seguirles el tratamiento durante los meses que dure.

- Clínicas de estética: cada vez son más las personas que acuden a estos centros para solicitar servicios de depilación láser, por lo que su competencia va a ser intensa, especialmente con respecto a aquellos clientes que necesitan cuidados especiales (por ejemplo, porque tengan pieles sensibles o atópicas).

## Clientes y Canales



El segmento al que va dirigido este negocio está compuesto principalmente por las personas físicas, tanto hombres como mujeres, residentes en el área de

influencia del negocio, por lo que dependerá de la zona de ubicación del establecimiento. Pero también se debe intentar atraer a clientes que residan a una distancia superior con una oferta de calidad y a precios competitivos que les disuada de acudir a establecimientos más cercanos a su domicilio y les compense por el desplazamiento.

El tipo de clientes puede ser muy variado, pero siempre debe tratarse de una persona mayor de 14 o 15 años, que es la edad mínima que recomiendan para iniciarse en tratamientos de depilación láser. En cuanto a sexos, tanto hombres como mujeres optan por este método de depilación, aunque el público femenino sigue siendo mayoritario. Las mujeres suelen realizarse la depilación láser en ingles, axilas, piernas y caras, mientras que los hombres la prefieren para la espalda, la barba y el entrecejo.

El canal de distribución es la prestación de servicios en el establecimiento comercial.

## Plan Comercial



Por un lado, la estrategia de precios para este tipo de negocio debe basarse en ofrecer un servicio de calidad a precios competitivos. Para su fijación se deberá atender a los servicios que se incluyan en la oferta y al público al que se dirijan, así como a los precios de la competencia, teniendo en cuenta que, principalmente al inicio de la actividad, determinados servicios, como la depilación láser facial o la de inglés y axilas, tendrán que ofrecerse a precios agresivos para atraer a la clientela y lograr que conozca el establecimiento. También se deben ofrecer packs y bonos especiales que ofrezcan un precio por sesión inferior a la contratación de cada sesión individualizada.

Por otro lado, una de las medidas que hay que tomar desde un principio es definir un nombre comercial y asignarle un logotipo que cumpla los objetivos tradicionales, esto es, que se recuerde fácilmente, que se asocie al producto o servicio, que se diferencie de la competencia y que guste. Otro de los elementos de comunicación más importantes es la imagen del propio negocio: la decoración del local, la ventilación y climatización y una buena iluminación. También es muy importante que los asientos y las camillas sean cómodos, pues los clientes van a estar durante bastante tiempo sobre ellos. Todas estas medidas van a llamar la atención de los clientes desde el primer momento que visiten el establecimiento.

Para dar a conocer el negocio al inicio de la actividad, no sólo debe publicitarse a través de buzoneo, por la zona donde se ubique el negocio, y folletos con las ofertas más atractivas, sino que también se puede realizar un mailing personalizado a todos los conocidos para informarles de la inauguración del negocio. Igualmente, se pueden usar diversos medios de comunicación, como prensa local (que llega a muchos clientes potenciales del negocio), revistas del sector o radio.

En campañas especiales, como en época estival o en las fiestas locales, es interesante establecer alianzas con otros establecimientos para promocionar el comercio local, así como participar como patrocinador en eventos que se celebren en la localidad. También se pueden incluir promociones especiales para épocas del año en las que la demanda de depilación sea mayor, como en verano. De igual modo, si se cuenta con presupuesto suficiente, se puede crear una página web en la que informar de los servicios que constituyen la oferta y de todas estas promociones.

En última instancia, el “boca a boca” puede llegar a convertirse en la mejor forma de publicidad para el negocio. Ello supone que, si un cliente ha quedado satisfecho con el servicio y el trato recibido, volverá y, además, dará a conocer el negocio a sus conocidos, que posiblemente también se pasen por el establecimiento. Por ello, es importante que los clientes queden satisfechos desde el principio, para darse a conocer de una forma positiva y para conseguir la fidelidad de los mismos a través de tres aspectos: conocimiento de la clientela, saber atenderla y saber qué hacer frente a las quejas y reclamaciones. El personal juega un papel fundamental en este sentido: debe transmitir profesionalidad y conocimiento del sector, ofreciendo un servicio de máxima calidad.

## Perfil y Competencias



La persona emprendedora será, normalmente, un profesional del sector de la estética, con un mínimo de experiencia en la depilación láser e interesada por ofrecer un servicio integrado que cubra la demanda de clientes con perfiles muy distintos y que van a interesarse por un tratamiento de depilación láser en zonas muy diversas. Además del conocimiento y la experiencia en el sector, es muy recomendable que la persona tenga habilidades en la atención al cliente y facilidad de trato; ello contribuirá como ningún otro factor a la fidelización de los clientes.

Para el desempeño de la actividad propia de este negocio se necesita tener conocimientos y experiencia en la depilación láser. Estas competencias clave deben adquirirse en cursos especialmente diseñados para tal fin, que son ofrecidos por numerosos centros y academias privadas. Los cursos pueden ser de láser IPL (luz pulsada) o fotodepilación, de láser Alejandrita o de láser diodo, principalmente.

Por lo demás, no se requieren competencias especiales más allá de la amabilidad y el buen trato con el cliente, esenciales para un negocio de depilación en el que el servicio no se ciñe a la actividad en cuestión, sino que la actitud del personal juega un papel fundamental para conectar con el cliente y fidelizarlo.

## Equipo Humano



El negocio puede comenzar siendo atendido por dos personas, de manera que entre ellas se repartan las tareas de gestión, prestación de servicios y atención a los clientes. Es posible que, conforme se vaya consolidando el negocio, se precise la ayuda de otra persona, para lo que se puede contratar a tiempo parcial o completo, en función de las necesidades. En este proyecto se ha considerado que el negocio será atendido por el encargado (persona emprendedora) y por una persona contratada, con un coste mensual para la empresa de unos 1.500 € y 1.300 €, respectivamente.

El horario de apertura al público debe ser el habitual para los comercios, adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

## Recursos y Alianzas



Además de la maquinaria necesaria para el desarrollo de las actividades, no son necesarios recursos clave específicos. No obstante, la ubicación y la densidad de población deberán tenerse en cuenta en caso de que ya existan competidores directos en la zona de influencia.

Se pueden establecer acuerdos con los proveedores de los productos y equipamiento que se utilizan para el desarrollo de las actividades. También es interesante establecer alianzas con asociaciones del sector.

## Legislación Específica



La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia al comercio minorista. En España no hay normativa específica para la apertura del establecimiento. No obstante, para la cualificación del personal se deberá tener en cuenta el Real Decreto 716/2011, de 20 de mayo, por el que se establecen cinco certificados de profesionalidad de la familia profesional Imagen personal que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad y se actualizan los certificados de profesionalidad establecidos en el Real Decreto 1373/2008, de 1 de agosto, y los certificados de profesionalidad establecidos en el Real Decreto 1379/2009, de 28 de agosto.

## Desembolso Inicial



La inversión en este negocio se destina principalmente a los costes de equipamiento y mobiliario, que consistirá básicamente en la maquinaria necesaria para el desarrollo de las actividades: dispositivos de láser diodo, fotodepilación y láser Alejandrita, en caso de incluir estos tres tipos de depilación. También se necesitarán materiales e instrumentación básica, como batas, lentes o guantes. Además, se necesitará mobiliario consistente en un mostrador, una caja registradora, espejos, camillas, asientos y accesorios decorativos, al igual que un par de

equipos informáticos (que se estiman en unos 2.000 €). El coste total por equipamiento y mobiliario se estima en unos 40.000 €.

Por otro lado, la inversión inicial también debe sufragar la adecuación del local, que dependerá mucho del estado en el que se encuentre y de si ya fue utilizado anteriormente para fines similares, pero se estiman unos 20.000 € en acondicionamiento externo (escaparates, cierres, rótulos) e interno (electricidad, agua, fontanería, pintura, ventilación, cabinas, aseos). Por su parte, el stock inicial puede rondar los 5.000 €.

Junto con las licencias y royalties (1.000 €), los gastos de establecimiento (1.500 €) y el I.V.A., se estima una inversión mínima de unos 96.000 €.

## Ingresos y Recurrencia



La facturación y los ingresos del centro de depilación láser dependerán de la periodicidad con que se contraten estos servicios y el precio será medio-alto, por lo que se estima un nivel bajo-medio de flujo de caja (ingresos menos pagos propios de la explotación).

## 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 5% del volumen de ingresos del mes.

- Alquiler: para este negocio es necesario contar con un local de unos 80 m2. El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local; para el estudio se ha estimado un precio de 950 € al mes.

- Suministros, servicios y otros gastos: aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como luz, agua y teléfono. También se incluyen otros servicios y gastos (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina). Estos gastos se estiman en unos 450 € mensuales.

- Gastos comerciales: para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, se estiman ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 150 € mensuales.

- Gastos por servicios externos: aquí se recogen los gastos de asesoría, que serán de unos 100 € mensuales.

- Gastos de personal: el gasto de personal estará compuesto por el sueldo y la cotización a la Seguridad Social del personal que compone la plantilla.

- Otros gastos: gastos no incluidos en las partidas anteriores, como reparaciones y seguros, además de los gastos de transporte, cuya cuantía mensual se estima en 250 €.

Se requiere un circulante de unos 5.000 €.

## Plan de Empresa



Desembolso Inicial €		Plan de Empresa			
		Año 1	Año 2	Año 3	
Adecuación del local	20.000	Ingresos	50.000	75.000	100.000
Maquinaria y equipos	40.000	Costes variables	2.500	3.800	5.000
Stock inicial	5.000	Costes de personal	33.600	34.600	35.600
Licencias	1.000	Costes de suministros y servicios	9.600	9.900	10.200
Gastos de establecimiento	1.500	Gastos de local y mantenimiento	11.400	11.700	12.100
IVA soportado	14.200	Gastos comerciales	1.800	1.850	1.900
Circulante inicial	14.100	Amortizaciones	10.600	10.600	10.600
<b>Total</b>	<b>95.800</b>	<b>Resultado:</b>	<b>-19.500</b>	<b>2.550</b>	<b>24.600</b>

**Area mínima típica:** 10.000 habitantes

Esta guía proporciona información básica orientativa sobre un negocio tipo, que puede ser utilizada como referencia por las personas que pretendan emprender su propio proyecto empresarial. Esta información deberá ser adaptada por la persona emprendedora a las características particulares del diseño que haya concebido para su propio modelo de negocio, y a las circunstancias de entorno y mercado en las que éste se desarrolle.

La información de la guía se proporciona únicamente a título de ejemplo orientativo, y no garantiza en ningún modo el éxito del proyecto empresarial. Cada persona emprendedora deberá elaborar su propio plan de empresa, conforme a su propia visión del negocio y del mercado, y es su responsabilidad desarrollarlo con éxito.

Puede encontrar información actualizada sobre esta y otras guías en el banco de proyectos empresariales disponible en:

[www.andaluciaemprende.es](http://www.andaluciaemprende.es)

El Banco de Proyectos Empresariales para Emprender está cofinanciado en un 80% con recursos procedentes del Programa Operativo Fondo Europeo de Desarrollo Regional de Andalucía 2007-2013, en el marco del proyecto Planes Locales e Infraestructura para Emprender.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

