



Centro de tatuaje y piercing

Estudio de decoración y modificación corporal, especializado en tatuajes permanentes y semi-permanentes así como en la colocación de piercings y dilatadores.

Propuesta de Valor



Este proyecto de negocio desarrolla la idea de un estudio de decoración y modificación corporal, especializado en tatuajes permanentes y semi-permanentes así como en la colocación de piercings y dilatadores.

Este estudio ofrece principalmente servicios de tatuajes y modificaciones corporales, contando con especialistas tatuadores con un amplio conocimiento y experiencia.

Como diferencial, puede establecerse algún tipo de especialización en tatuajes, ya sean decorativos (retratos, tatuajes orientales, tribales) o estético (tatuaje de cejas, labios, perfiles), además se ofrecerán servicios de colocación de piercings y dilatadores.

Los clientes pueden tener un perfil muy distinto y principalmente se pueden englobar en tres grupos definidos: clientes que quieren un servicio totalmente personalizado, clientes que buscan un servicio de calidad pero sin personalizar y clientes que buscan un servicio de restauración o recuperación de algún trabajo.

En cuanto a los servicios ofertados, se realizarán trabajos personalizados, usando materiales y tintas que irán desde pequeños tatuajes de un solo color a grandes trabajos multicolores, dependiendo de la demanda, gustos y diseños elegidos por el cliente. Para el caso de la restauración de tatuajes, se usaran las mismas técnicas empleadas en su creación, buscando no solo la reparación sino también la integración de esta con el trabajo original, minimizando en todo momento las diferencias.

Los servicios generales que se presten serán:

- Tatuaje personalizado: el cliente elegirá los motivos y los diseños bajo demanda.
- Tatuajes predefinidos: se realizarán trabajos partiendo de diseños predefinidos en el catálogo del centro.
- Restauración y rejuvenecimiento de trabajos.
- Colocación de Piercing y dilatadores.
- Venta de piercings y otros artículos.

Entre los aspectos clave y estrategias para conseguir el éxito se encuentran los siguientes:

- Oferta variada y de calidad: es fundamental ofrecer una amplia variedad de trabajos, usando diferentes técnicas y tipos de dibujo. Además es conveniente disponer de un amplio catálogo de productos.

- Realizar talleres formativos para aquellos que quieran aprender técnicas de tatuaje o de colocación de piercings.

- Formación del personal: parte del personal debe estar preparado para el diseño y la elaboración de tatuajes y mantenerse constantemente formado para la realización de los trabajos.

- Ampliar los servicios, como por ejemplo incluyendo la posibilidad de realizar modificaciones corporales.

Las actividades clave del negocio son las de abastecimiento o compra de las materias primas necesarias (perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible y se garantice un amplio surtido de productos evitando al mismo tiempo almacenamientos innecesarios), operación (diseño y elaboración de los distintos trabajos), logística (almacenamiento de productos), marketing y ventas, y servicio post venta (para consultas y reclamaciones).

Mercado



El mercado del tatuaje, la perforación y la modificación corporal ha sufrido profundos cambios en los últimos 20 años. Pasando de ser una actividad "mal vista" por la sociedad a establecerse como una actividad de culto integrada en esta. La actividad y el número de tatuadores en España ha crecido de manera sostenida en este periodo de tiempo a la par que las exigencias de los clientes que buscan trabajos artísticos cada vez más exigentes y elaborados. Aun teniendo presente estos datos hay que tener en cuenta que este sector depende mucho de la evolución económica del país, por lo que en momentos de crisis se ve profundamente afectado.

Según los datos ofrecidos por www.tatuadores.org, el tatuaje es hoy una forma de mensaje que reafirma la identidad de su portador integrándose, como se indica en el párrafo anterior como parte de la cultura social actual. En España un 26% de los jóvenes de 18 a 29 años, de ambos sexos, lleva un tatuaje. Para los españoles las zonas favoritas del cuerpo humano a la hora de tatuar son los brazos, los tobillos y la espalda. Ya sea como título esencial dentro del cancionero español o como referente del castizo amor de madre, el tatuaje en nuestro país hace tiempo que salió de los bíceps de cuartel para ilustrar lugares recónditos del cuerpo humano. Hay quién lo luce solo en la intimidad y quién utiliza su piel como vehículo de expresión. Para los españoles las zonas favoritas del cuerpo humano a la hora de tatuar son los brazos, los tobillos y la espalda. En el caso de los hombres un alto porcentaje se decanta por los brazos aunque el 12,3% prefiere la espalda, sobre todo para tatuajes con forma de dibujo. Las mujeres por su parte, tienen predilección por el tobillo, un 16,8% elige esta parte del cuerpo para lucir sus tattoos.

En cuanto a la tendencia mundial el tatuaje está en 2012 más presente que nunca. Figuras internacionales como David Beckham, Robbie Williams, Angelina Jolie, Eminem, Johnny Depp, Lenny Kravitz, Lady Gaga, Rihanna, Katy Perry, etc., han hecho del tatuaje una forma de expresión, en España, futbolistas como Sergio Ramos, del Real Madrid, Tello del Barcelona, actrices como Penelope Cruz (entre otros, lleva tatuado el número 883 en el tobillo), Vinila Von Bismark o la modelo Bimba Bosé, también han tatuado su cuerpo rindiéndose a esta expresión artística. En Madrid, "La Dolores" tiene las claves del tatuaje contemporáneo: "hoy en día la gente quiere lucir sus tatuajes y se demandan más tamaño y color. El tradicional y el japonés se están poniendo muy de moda". La moda de los tattoos, impulsada por figuras tan populares como David Beckham, Angelina Jolie y Amy Winehouse, ha ampliado la clientela de este negocio, pero no ha sido suficiente para mantenerlo en auge. El tatuaje mueve en España al año entre 45 y 54 millones; hay unos 300 estudios que facturan entre 150.000 y 180.000 euros cada uno, según fuentes del sector.

En cuanto a la competencia hay que tener presente tanto a otros tatuadores profesionales, bien sea como autónomos o como estudios, a los centros de belleza que ofrezcan servicios de micropigmentación y sobre todo hay que estar atentos a la proliferación de tatuadores y estudios ilegales.

Clientes y Canales



El perfil más frecuente de los clientes suele ser hombres y mujeres mayores de edad, que busquen tanto un servicio de tatuaje o micropigmentación y/o de piercing.

El nivel adquisitivo deberá ser tenido en cuenta a la hora de elegir qué materiales y diseños incluir en la oferta. Puede optarse por cubrir la demanda de todo tipo de personas, para lo cual se deben ofrecer elementos y

diseños de diferentes precios y calidades, o bien se puede dirigir el negocio a un segmento en concreto, adaptando la oferta en función de lo que dicho segmento demande.

Por otro lado, se distinguen tres tipos de clientes:

- Clientes que buscan un producto o servicio decorativo, ya sea un tatuaje o un piercing.
- Clientes que buscan un producto o servicio cosmético.
- Clientes que demandan servicios de modificación o reparación de trabajos previos.

El canal de distribución será directo en el local de negocio. Aunque se puede establecer un canal secundario mediante una tienda virtual/catalogo alojada en la página web de la empresa.

Plan Comercial



La imagen corporativa se identificará con la filosofía de la empresa la cual se centra en aportar valor a través de la investigación y la mejora en la calidad de los servicios.

Los elementos utilizados en la empresa tales como folios, carpetas, catálogos, tarjetas de visita, etc., estarán debidamente identificados con la imagen de la empresa, apostando por una fuerte imagen de marca.

En cuanto al plan comercial exterior pasa por las siguientes vías de actuación.

- Marketing one to one, personalización de la oferta y el mensaje de la empresa en función de las necesidades que tenga el/la cliente/a.
- Marketing directo, utilizando los medios publicitarios para realizar acciones directas, en este caso, anuncios en prensa y en revistas especializadas. Estarán dirigidos principalmente a los clientes particulares.
- Marketing indirecto, será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas. Para ello se utilizarán las posibilidades que permiten las redes sociales, blogs,...
- Marketing relacional, a través de las ferias del sector y establecimiento de contactos con empresas del sector.
- Creación de una página web que favorezca la entrada en el mercado y el éxito de la empresa como elemento de reclamo y escaparate publicitario. Además de esto, se convertirá en un elemento con carácter informativo y una vía de contacto entre el/la cliente/a y la empresa. Se podrá solicitar información a través de la web de los distintos servicios que se ofrece al/la cliente/a y que se anunciará en los principales buscadores de internet, como Google.

- Instalación de un rótulo a la entrada de la tienda.

- Figuración en guías telefónicas, guías especializadas, bases de datos de webs relacionadas con tatuajes, modificación corporal, perforaciones e incluso maquillaje permanente o micropigmentación. Se intentará que la mayoría de estas descripciones sean gratuitas,

intentando pagar por aparecer solo en las bases de datos o listas más importantes.

Por último una labor comercial directa. Es importante realizar visitas comerciales a los posibles integrantes de alianzas comerciales y clientes. En todas las visitas se dejará una tarjeta corporativa con los datos de contacto de la empresa, web, etc. El diseño de éstas debe ser atractivo para captar la atención de la persona que la recibe.

Este plan se pondrá en marcha antes y durante el primer año de funcionamiento de la empresa y va a suponer un coste inicial importante para lograr introducirse en el mercado de manera rápida.

Perfil y Competencias



Este proyecto está enfocado a personas emprendedoras con amplios conocimientos de diseño, pintura y dibujo, especialistas en tatuajes y perforación corporal. El negocio resultará idóneo para personas a las que les guste este sector y que hayan trabajado previamente en el mismo cómo aprendices o maestros, con ganas de emprender y dispuestas a adquirir conocimientos sobre el funcionamiento del negocio.

Las personas que trabajen en el centro de tatuaje deben tener conocimientos y experiencia en el arte del tatuaje. Además deben de disponer de la acreditación/certificación sobre materia higiénico sanitaria que ofrecen varias entidades reconocidas (actualmente la Escuela Oficial de Maestros Tatuadores y Piercers ofrece ambos tipos de cursos en varias localidades españolas). Se recomienda también que tengan conocimientos en enfermería o sean titulados superiores en estética o la cualificación profesional de maquillaje integral para la realización de prácticas de tatuaje y micro pigmentación.

Equipo Humano



El negocio puede comenzar con una plantilla de dos personas, de manera que ambas simultanearán las tareas de atención al público, diseño y la elaboración y aplicación de las piezas; las tareas de gestión las puede llevar una de estas personas o entre varias. Es posible que, en algunos momentos de mayor afluencia de público o conforme se vaya consolidando el negocio, se precise la ayuda de otra/s persona/s, para lo que se puede contratar a tiempo parcial o completo, en función de las necesidades. En este proyecto se ha considerado que los costes mensuales para la empresa serán de 1.500 € mensuales para la persona emprendedora, y de 1.200 € brutos (o también puede optarse por un sistema de remuneración por trabajos elaborados).

El horario de apertura al público debe ser el horario comercial habitual, siempre adaptado a las particularidades de la zona de influencia.

Recursos y Alianzas



Los recursos clave para el desarrollo de un proyecto de este tipo se centran en dos apartados bien diferenciados. Por una parte el local de negocio y por otra el equipamiento. Sobre el local sería conveniente que estuviera localizado en una zona comercial y que además contase con una zona de exposición/espera y otra de tatuaje.

En cuanto a la dotación de herramientas y materiales, se necesita material específico, debiéndose contar con al menos dos bancos (camillas) de trabajo debidamente equipados e iluminados, que además dispongan de todo el equipamiento para realizar los trabajos individuales necesarios, así como un autoclave para desinfección del material.

Se pueden establecer acuerdos con los proveedores de las materias primas y complementos que se incluyen en la oferta. También es interesante establecer alianzas con establecimientos que vendan productos complementarios o relacionados con el mundo del tatuaje, así como con los profesionales externos cuyos servicios puedan necesitarse en alguna ocasión, como es el caso de un experto en algún tipo de técnica de tatuaje o de piercing, entre otros.

Legislación Específica



La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto se recoge en el siguiente texto:

Resolución de 13 de mayo de 2013, de la Secretaría General de Salud Pública, Inclusión Social y Calidad de Vida, sobre renovación de la homologación del curso de formación de personal aplicador de técnicas de tatuaje. (PD. 1289/2013). Organismo: Consejería de Salud y Bienestar Social (Boletín número 99 de 23/05/2013 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 22 de octubre de 2013, de la Secretaría General de Calidad, Innovación y Salud Pública, sobre homologación de curso de formación de personal aplicador de técnicas de tatuaje y perforación cutánea (piercing). (PD. 2913/2013). Organismo: Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales (Boletín número 219 de 07/11/2013 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 22 de octubre de 2013, de la Secretaría General de Calidad, Innovación y Salud Pública, sobre renovación de la homologación del curso de formación de personal aplicador de técnicas de tatuaje. (PD. 2914/2013). Organismo: Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales (Boletín número 219 de 07/11/2013 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 5 de diciembre de 2013, de la Secretaría General de Calidad, Innovación y Salud Pública, sobre renovación de la homologación del Curso de Formación de Personal Aplicador de Técnicas de Tatuaje y Perforación Cutánea. (PP. 3374/2013). Organismo: Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales

(Boletín número 44 de 06/03/2014 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 23 de enero de 2014, de la Secretaría General de Calidad, Innovación y Salud Pública, sobre homologación de curso de formación de personal aplicador de técnicas de tatuaje y perforación cutánea. (PP. 330/2014). Organismo: Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales (Boletín número 74 de 16/04/2014 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 24 de febrero de 2012, de la Secretaría General de Salud Pública y Participación, sobre homologación del curso de formación de personal aplicador de técnicas de tatuaje. (PP. 754/2012). Organismo: Consejería de Salud (Boletín número 92 de 11/05/2012 Sección: Otras disposiciones).

Resolución de 21 de noviembre de 2012, de la Secretaría General de Salud Pública, Inclusión Social y Calidad de Vida, sobre renovación de la homologación del Curso de Formación de Personal Aplicador de Técnicas de Tatuaje y de Perforación Cutánea. (PP. 3352/2012). Organismo: Consejería de Salud y Bienestar Social (Boletín número 158 de 13/08/2013 Sección: Otras disposiciones).

DECRETO 286/2002, de 26 de noviembre, por el que se regulan las actividades relativas a la aplicación de técnicas de tatuaje y perforación cutánea (piercing), que establece también los procedimientos para garantizar su aplicación y disminuir el riesgo de transmisión de enfermedades a través de la sangre (como la Hepatitis, o el virus del SIDA) entre otras.

Además habrá que estar registrado como establecimiento que ofrece servicios de tatuaje y perforación cutánea, así como de micropigmentación y se deberá disponer de todos los permisos y certificados profesionales que indique la normativa en ese momento.

Como barreras técnicas específicas se debe tener en cuenta que las técnicas invasivas de arte corporal no son inocuas y que, además del representar un riesgo elevado de transmisión de enfermedades, pueden ocasionar infecciones y/o reacciones alérgicas en nuestro organismo.

Para reducir los riesgos, el instrumental debe estar debidamente esterilizado o ser de un solo uso. El local debe estar limpio, contar con suficiente ventilación y una zona de lavado de manos, limpia y fácilmente accesible. El personal aplicador debe utilizar guantes estériles de un solo uso y, opcionalmente, mascarilla.

Desembolso Inicial



La inversión inicial rondaría los 46.000 euros contando con un fondo de maniobra elevado que permita el funcionamiento de la organización los 3 primeros meses sin necesidad de facturación.

- Adecuación del local: Se estima en unos 12.000 euros, e incluiría los gastos de mejora estética, cambio de iluminación, instalación de A/C, adecuación de la parte de taller, rótulos, etc.

- Mobiliario: Se estima una inversión de unos 3.000 euros incluyendo mesas, sillas, estanterías, mostradores, bancos de trabajo, etc.

- Equipamiento: una partida de 6.000 euros destinada a la adquisición del material necesario para realizar la actividad incluyendo iluminación personalizada, camillas, sillas, autoclave...

- Equipamiento informático: Estimados en aproximadamente 1.100 euros. Esta partida incluye la adquisición de un ordenador personal y una impresora multifunción.

- Stock inicial: Al comienzo de la actividad será necesario contar con un stock mínimo de materiales comunes (materia prima) y la de papelería corporativa (sobres, facturas, recibos, folios,...), dicha inversión se estima en 2.000 euros.

- Gastos de establecimiento: se estiman en aproximadamente 1.200 euros, pero podrían variar dependiendo del tipo de empresa que se constituya, el capital inicial aportado, etc.

- El Fondo de maniobra se estima en unos 14.000 euros. Con este fondo se aseguraría el funcionamiento de la empresa durante al menos 3 meses sin necesidad de generar ingresos.

Ingresos y Recurrencia



La facturación y los ingresos del negocio dependerán de la periodicidad de las ventas, pudiéndose prever un mayor volumen de negocio durante ciertas épocas del año. Por su parte, el precio que se establezca dependerá del segmento de clientes al que se quiere dirigir el negocio. Se estima un nivel bajo-medio de flujo de caja (ingresos menos pagos propios de la explotación).

Estructura de Costes



El coste variable medio para este tipo de negocio se calcula en torno al 7% de los ingresos.


Los costes fijos mensuales ascienden a unos 4.500 euros mensuales en los que se incluyen las siguientes partidas más importantes:

- Alquiler de local: El coste de alquiler puede ser muy variable dependiendo de la zona y del tamaño del local o la oficina. En cualquier caso se ha estimado un alquiler medio sobre los 1.000 euros/mes.

- Suministros, servicios y otros gastos: En esta partida se incluyen los gastos de agua, electricidad, gas y se estima en unos 200 euros/mes.

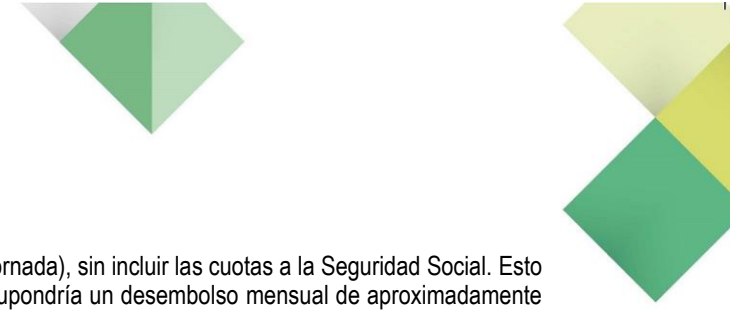
- Gastos comerciales: los gastos comerciales son aquellos dedicados a la promoción comercial de la empresa (Mailing, buzoneo, web presencial,...) y han sido estimados en torno a los 100 euros/mes

- Gastos de servicios externos: Esta partida incluye otros gastos asociados a servicios externos, como por ejemplo



los gastos de gestión y han sido valorados en unos 100 euros/mes

- Gastos de personal: se estima en unos 1.500 euros mensuales para la persona emprendedora que ejercería la actividad como autónomo, por otra parte las dos personas artesanas tendrían una asignación de 600 euros mensuales (para cada una de ellas a media



jornada), sin incluir las cuotas a la Seguridad Social. Esto supondría un desembolso mensual de aproximadamente los 3.100 euros/mes (incluyendo la cuota de la Seguridad Social por parte de la empresa).

El circulante necesario/recomendado se establece en unos 4.800 euros mensuales.

Plan de Empresa



Desembolso Inicial €	
Adecuación del local	12.000
Maquinaria y equipos	10.000
Stock inicial	1.800
Licencias	2.000
Gastos de establecimiento	1.200
IVA soportado	5.000
Circulante inicial	14.000
Total	46.000

Plan de Empresa	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	50.000	65.000	75.000
Costes variables	3.500	4.500	5.300
Costes de personal	36.800	38.000	39.200
Costes de suministros y servicios	4.800	5.100	5.400
Gastos de local y mantenimiento	1.200	12.400	12.800
Gastos comerciales	1.200	1.300	1.400
Amortizaciones	3.900	4.100	4.400
Resultado:	-1.400	-400	0

Area mínima típica: 20.000 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

El Banco de Proyectos Empresariales para Empezar 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 Empezar.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

