



#plandenegocio

peluquería



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA	7
3.1. Perfil de la persona promotora 1	7
3.2. Perfil de la persona promotora 2	7
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	8
4.1. Características de la oferta.....	8
4.2. Aspectos Diferenciales	9
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface.....	10
4.4. Propiedad Industrial y Registro de marca	11
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	12
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado.....	12
5.2. Análisis del entorno	14
5.3. Análisis de la demanda	18
5.4. Análisis de la competencia	19
6. PLAN DE MARKETING.....	20
6.1. Establecimiento de precios.....	20
6.2. Canales de distribución	21
6.3. Comunicación y promoción	22
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	24
7.1. Recursos físicos	24
7.1.1 Infraestructuras e instalaciones.....	24
7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios	25
7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio.....	26
7.2. Recursos humanos	27
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa	27
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo.....	28
7.2.3. Gestión de los recursos humanos	29
7.3. Forma jurídica	30

8. ANÁLISIS DAFO	31
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO	35
9.1. Inversión inicial.....	35
9.1.1. Activo no corriente	35
9.1.2. Activo corriente	36
9.2. Fuentes de financiación.....	38
9.3. Previsiones de ingresos	40
9.4. Costes de producción.....	42
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal	43
9.6. Previsión de tesorería.....	46
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios	48
10. PLAN DE ACCIÓN	53
10.1. Planificación de Actividades	53
10.2. Guía de trámites.....	56
11. MAPA DE ACTIVIDAD	72

1. Resumen ejecutivo

En este proyecto se describe la creación de un centro de peluquería y estética. Los servicios de peluquería estarán desarrollados por las dos personas que van a promover el negocio y por una persona auxiliar de peluquería. Las actividades de estética serán desarrolladas por personal autónomo que será contratado dependiendo de la demanda de los/as clientes/as.

Ambas personas promotoras del negocio son extremeñas y poseen la titulación de Técnico de Peluquería y Cosmética Capilar. La primera persona promotora proviene de una familia con tradición peluquera, por lo que conoce el negocio desde dentro. La segunda persona posee además el título de Formación Profesional de Administración y Finanzas.

Los servicios ofrecidos por la empresa estarán formados por las actividades de peluquería, estética y maquillaje. Con respecto a la peluquería, se ofrecerá el asesoramiento de imagen y tratamientos en relación con los cambios de coloración del cabello, el corte, aplicación de extensiones, peinados y recogidos, etc. En cuanto a la estética, se ofrecerán a la clientela los servicios de limpieza y masajes faciales, depilación, manicura, pedicura y tinte de pestañas. Por último, se realizarán maquillajes profesionales destinados especialmente a personas que quieran maquillarse para un día especial, como bodas, fiestas y demás eventos.

El perfil de los/as usuarios/as de este establecimiento está conformado por personas que quieren cuidar su imagen externa, preocupándose tanto por el cabello como por recibir tratamientos de cuidado del cuerpo. Según un estudio realizado por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, el 85% de la población femenina y el 64% de la masculina en España suele acudir, con más o menos asiduidad, a este tipo de centros. Por tanto la población objetivo de la empresa, que se ubicará en la localidad extremeña de Cáceres, se sitúa en torno a las 305.000 personas.

En cuanto a la estructura organizativa de la empresa, se distinguen tres áreas: área de gerencia y comercial, en la que se llevarán a cabo las tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos, contacto con proveedores, etc.; el área de peluquería, en la que se incluyen los servicios de peluquería ofrecidos por la empresa; y el área de estética, que comprende todos los servicios de estética y maquillaje ofrecidos.

La competencia de la empresa estará compuesta por:

- Salones de belleza y peluquerías tradicionales, que ofrecen los servicios que le son propios.
- Establecimientos más actualizados, que incluyen nuevas tendencias y ofrecen unos servicios más diversificados.
- Por último hay que tener en cuenta la gran abundancia de centros sin licencia y peluqueros/as que realizan estos servicios a domicilio.

El local se ubicará en una calle comercial y peatonal de la ciudad extremeña de Cáceres. Es importante que esté situada en una zona de gran afluencia de público. El local tendrá una superficie de 65 m² dividido en zona de peluquería, cabina de estética, almacén y aseos higiénicos.

La página web será un factor importante, ya que desde la misma los/as clientes/as podrán informarse de los servicios ofertados y solicitar citas.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere **una inversión inicial de 24.470 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 36.000 € de los que 6.000 € serán aportados por el equipo emprendedor y los 30.000 € restantes se obtendrán a través de un préstamo a largo plazo. Durante el **segundo año**, momento en que el proyecto estará en pleno funcionamiento y comenzará a ser rentable, el **resultado esperado antes de intereses y de impuestos (BAII) será de 14.198,01 €**. **En el quinto año el BAII alcanzará los 41.242,33 €**. El punto de equilibrio se consigue a principios del año 2, con un volumen de ingresos de 66.082,33 €.

2. Análisis de la idea y elección 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.

Los servicios ofertados se pueden dividir en dos categorías: peluquería y estética. Las labores de peluquería serán desarrolladas por las dos personas promotoras del negocio y la persona auxiliar de peluquería. Los servicios de estética serán desarrollados por personal externo que se contratará dependiendo de los servicios demandados por la clientela.

La actual coyuntura económica está provocando que la sociedad busque cada vez más una buena relación calidad-precio en los servicios demandados. Por ello, se detecta la oportunidad de la creación de un centro de peluquería y estética en el que esta relación sea muy atractiva para la clientela, manteniendo unos precios bajos pero acompañados por unos altos niveles de calidad.

Dado el perfil de las personas promotoras de este negocio, resulta un modo de auto-emplearse y generar empleo, desarrollando una actividad creativa y para la que se han formado a conciencia, obteniendo una remuneración económica al ejercer la profesión que les apasiona.

3. Perfil de la persona emprendedora

Este proyecto será desarrollado por dos emprendedores/as.

3.1. Perfil de la persona promotora 1

La primera persona promotora del negocio tiene 30 años y es natural de Extremadura. Cursó en primer lugar un curso de Formación Profesional en Administración y Finanzas pero finalmente se decantó por la rama de la peluquería, su gran pasión, y se matriculó en el curso de Técnico/a en Peluquería y Cosmética Capilar, en el que conoció a la segunda persona promotora del negocio.

Su experiencia laboral es no es muy extensa puesto que se formó recientemente en este campo. Cuando finalizó el curso de peluquería comenzó unas prácticas de 3 meses, tras las cuales y tras los buenos resultados, comenzó a trabajar a tiempo completo por un total de 4 años.

Además de ejercer como peluquero/a, también será la persona encargada de la gestión del negocio, tratando con proveedores, gestionando las ventas, etc.

Entre sus características personales destacan que se trata de una persona dinámica, metódica, muy respetuosa y ordenada.

3.2. Perfil de la persona promotora 2

La segunda persona promotora del negocio tiene 25 años y es natural de Extremadura. Proviene de una familia con tradición peluquera, por lo que conoce el negocio desde dentro. Posee el título de Técnico/a en Peluquería y Cosmética Capilar y cuenta con una experiencia laboral de 9 años en la empresa familiar.

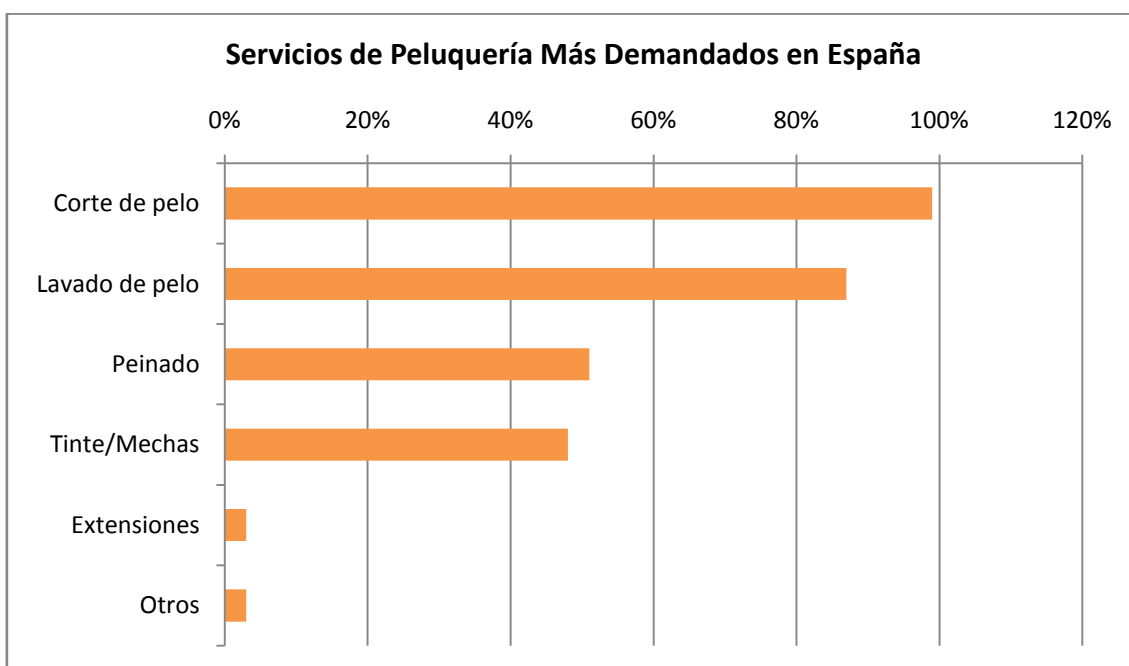
Entre sus cualidades destaca que se trata de una persona respetuosa con las decisiones de los/as clientes/as. Es una persona que sobresale por su creatividad y a la que le gusta estar a la vanguardia de las últimas tendencias del sector. También destaca por ser una persona dinámica y extrovertida, con trato muy fácil.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

Los servicios ofrecidos por la empresa estarán formados por las actividades de peluquería, estética y maquillaje.

Con respecto a la peluquería se ofrecerá el asesoramiento de imagen y tratamientos en relación con los cambios de coloración del pelo, el corte, aplicación de extensiones, peinados y recogidos, etc. A continuación aparece una tabla con el ranking de los servicios de este tipo más demandados en España:



Fuente: Barómetro Cosmobelleza 2009.

En cuanto a la estética, se ofrecerán a la clientela los servicios de limpieza y masajes faciales, depilación, manicura, pedicura y tinte de pestañas.

Por último, se realizarán maquillajes profesionales destinados especialmente a personas que quieran maquillarse para un día especial, como bodas, fiestas y demás eventos.

4.2. Aspectos Diferenciales

En líneas generales, la mayoría de centros de peluquería y estética ofrecen unos servicios muy similares. En un mismo local abarcan las actividades de asesoramiento y cuidado del cabello (corte, peinado, tinte, etc.) con actividades de estética realizadas en la mayoría de los casos por personal autónomo (depilación, manicuras, etc.).

Por ello, dado que esta empresa va a seguir las líneas generales de aquellas que se dan en el sector en España y Portugal, va a diferenciarse de los centros situados en su misma zona geográfica ofreciendo unos precios más bajos que los de la competencia pero siempre aportando una calidad óptima.

La segunda estrategia de diferenciación que va a impulsar esta empresa para diferenciarse de la competencia se centra en introducir innovaciones tanto en la maquinaria adquirida como en los servicios ofrecidos. Algunas de las tendencias más de moda en la actualidad y que la empresa ofrecerá a su clientela son:

- Mechas californianas.
- Mechas californianas con colores pastel.
- Productos de cosmética “bio”.
- Maquillaje con CC cream.

Otro aspecto diferenciador se basará en una atención a la clientela personalizada, ofreciendo servicios de asesoría de imagen y ofreciendo un trato agradable y respetuoso.

Por último, todas las personas que trabajan en la empresa son profesionales del sector con experiencia, lo que transmite a la clientela la tranquilidad de recibir unos servicios realizados de manera correcta.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

La empresa cubre principalmente las necesidades de bienestar de su clientela. Los servicios que ofrece están relacionados directamente con el cuidado del cabello y de la piel mediante su gran variedad de servicios.

En cuanto a los servicios principales que ofrece la empresa, aquellos de peluquería, cubren la necesidad de los/as usuarios/as de tener un cabello sano, nutrido, bien cortado y/o teñido, con una forma agradable, y cubren las necesidades estéticas del mismo para que se sientan mejor consigo mismos/as.

En cuando a los servicios anexos, aquellos de estética, los/as clientes/as cubren sus necesidades de tener la piel del rostro mejor cuidada mediante los servicios de peeling y limpieza facial. También cubren la necesidad de sentirse mejor al estar depilados/as, o se sienten más atractivos/as con el servicio de maquillaje, etc.

En definitiva, la cobertura de necesidades estéticas y de bienestar cubiertas por la empresa es muy amplia.

4.4. Propiedad Industrial y Registro de marca

Según la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), los títulos de Propiedad Industrial se refieren a las Invenciones (Patentes y modelos de utilidad), los Diseños Industriales (protegen la apariencia externa de los productos), los Signos Distintivos (protegen combinaciones gráficas y/o denominativas que ayudan a distinguir en el mercado unos productos o servicios de otros similares ofertados por otros agentes económicos) y las Topografías de Productos Semiconductores (protegen el esquema de trazado de las distintas capas y elementos que componen un circuito integrado, su disposición tridimensional y sus interconexiones, es decir, lo que en definitiva constituye su "topografía"). De todos los títulos de Propiedad Industrial, a esta empresa le interesa proteger su signo distintivo o marca comercial, que el negocio utilice para distinguir sus servicios de los servicios de la competencia. En este sentido, deberá atender a la regulación contenida en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, la propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los/as autores/as y a otros/as titulares (artistas, productores/as, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación. Son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro. Por lo tanto, las creaciones científicas de la empresa, podrán ser protegidas, en la medida establecida por el vigente Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

Las peluquerías y centros de estética se encuentran comprendidos dentro del sector del Bienestar e Imagen Personal.

Este sector abarca todos los servicios relacionados con la mejora o modificación del aspecto físico y su incidencia sobre la salud del cuerpo y de la mente.

Además de centros de estética y peluquerías, existe una gran variedad de servicios comerciales dentro de este sector, como los balnearios, perfumerías o centros de masajes, entre otros.

Según datos del estudio realizado en 2012 por Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España, el mercado de la Perfumería y Cosmética tiene una dimensión de consumo de 7.000 millones de euros al año y unas exportaciones superiores a los 2.400 millones de euros al año. Algunos de los datos más relevantes de dicho estudio son los siguientes:

- En España se gasta un promedio de 109 € al año por persona, 133 € en el caso de las mujeres y 69 € en el caso de los hombres.
- En 2012, 27 millones de personas acudieron a la peluquería profesional, el 85% de las mujeres y el 64% de los hombres. La petición más habitual es el servicio de lavado y corte.
- El tejido empresarial se reparte por todo el territorio, con una presencia del 53% de las empresas localizadas en Cataluña, el 25% ubicadas en la Comunidad de Madrid, el 14% en la Comunidad Valenciana y el 8% restante repartido entre el resto de comunidades autónomas.
- En España existen 48.000 salones de peluquería, que dan empleo directo a 120.000 personas (un 13% a tiempo parcial). Este negocio genera en torno a los 5.000 millones de euros al año, con un ingreso medio por salón de 104.000 € anuales.
- El 90% de los centros se sitúa a pie de calle y únicamente el 6% está afiliado a cadenas.
- El estudio añade que el 41% de los salones mantuvo en 2013 el número de visitas de 2012, e incluso el 16% aumentó el número de consumidores/as. El gasto medio por cliente/a fue de 30 euros.

- Se contabilizan más de 80 fabricantes e importadores de productos de peluquería que tienen un volumen de negocios superior a los 375 millones y generan empleo a 2.500 personas.
- Las empresas de estética y peluquería ocupan, en general, a pocas personas por unidad. La media de personas empleadas en este tipo de establecimiento en 2011 era de 2,5 personas.

Respecto a los mercados internacionales, cabe destacar que en la Unión Europea los principales mercados, en orden de importancia, son Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España en quinto lugar. En término de volúmenes representa el 10% del total del mercado de la Unión Europea.

El mercado europeo de Perfumería y Cosmética genera un consumo de 70.300 millones de euros al año, lo que lo coloca en primera posición a nivel mundial. El mercado estadounidense se sitúa en segundo lugar con 40.000 millones de euros al año, seguido del mercado japonés, con 19.000 millones. El grupo de países BRIC (Brasil, Rusia, India y China) están en continua expansión por lo que se deben tener en cuenta también.

El mismo estudio indica que personas expertas en el sector sostienen que el panorama actual, marcado por la coyuntura económica, dará lugar a un mercado con una nueva cultura de consumo caracterizado por un gasto más consciente.

En cuanto al perfil profesional de las personas empleadas en este sector, según el Informe Sectorial de 2013 de Cosmobelleza, se diferencia entre aquellas de mayor cualificación y las de menor cualificación.

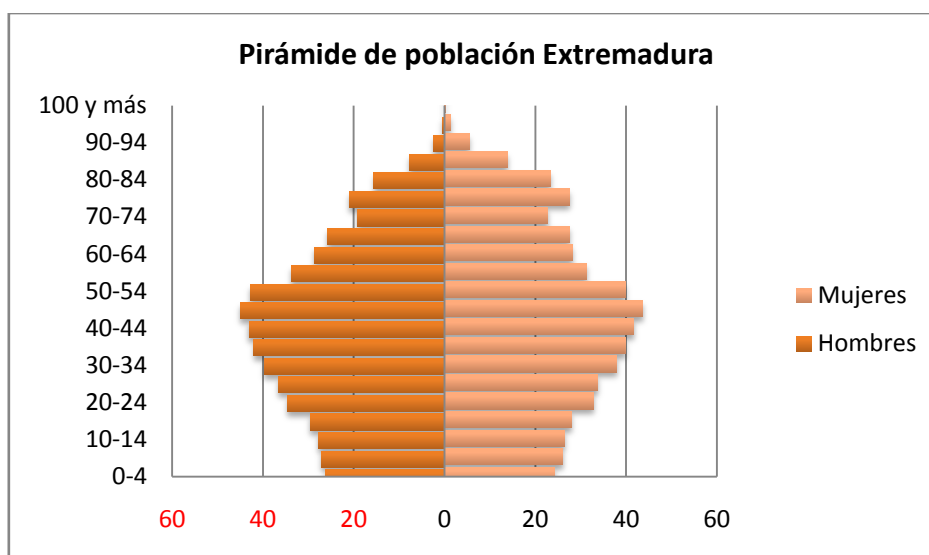
Los perfiles profesionales con mayor cualificación disponen de titulación de ciclo formativo de grado superior o medio en la familia profesional de la imagen personal. Además, conviene que esas personas tengan desarrolladas competencias relacionadas con el trato a las personas, por lo que es imprescindible tener competencias como la orientación a la clientela, el buen trato y la capacidad de comunicación. También será necesario que tengan capacidad de liderazgo y de decisión.

El perfil formativo de los/as profesionales de menor cualificación se corresponde con la formación de ciclo formativo de grado medio. Las competencias más significativas que se requieren son las relacionadas con las relaciones personales, no siendo necesario tener capacidad de liderazgo.

5.2. Análisis del entorno

El entorno en el que la empresa va a desarrollar su actividad muestra condiciones favorables para la puesta en marcha del proyecto empresarial. A continuación se analizan los principales datos en cuanto a demografía, nivel de estudios, gasto medio por familia, documentación necesaria, legislación y subvenciones que se podrán solicitar.

La sociedad extremeña presenta unas características generalmente muy parecidas a las del resto de España. Presenta una pirámide de población con forma de urna, lo que significa que tiene una población envejecida y una tasa de natalidad y de mortalidad bajas.

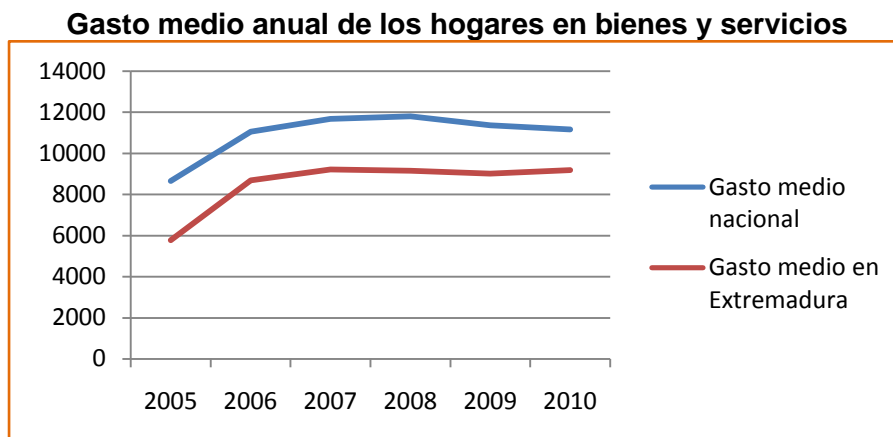


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE Revisión del Padrón de Habitantes a 1 de Enero de 2013.

El nivel de estudios es algo inferior a la media nacional, ya que sólo el 19,12% de los mayores de 16 años tienen estudios superiores, mientras que la media española es del 24,31%.e

A pesar de atravesar una situación de crisis económica a nivel mundial y especialmente a nivel comunitario, la tendencia en Extremadura en los últimos años indica que el gasto medio por hogar y año no ha decrecido, sino que ha ido aumentando de manera leve pero constante, al igual que ocurre a nivel nacional.

No obstante, los datos de Extremadura reflejan que el gasto medio por familia es inferior que el de la media española.



Fuente: Tabla elaborada a partir de las Tablas por Comunidades Autónomas sobre la Renta, Distribución y Consumo del Instituto Nacional de Estadística.

En cuanto a la normativa, es necesario para poder desarrollar este negocio atender a los siguientes aspectos:

- **Normativa Extremadura**

- Decreto-Ley 3/2012, de 19 de octubre de estímulo de la actividad comercial.
- Ley 10/2001, de 28 de junio, de Salud de Extremadura.

- **Normativa en España**

- Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.
- Real Decreto 1624/1992, de 29 de diciembre, que aprueba el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido y modifica el Real Decreto 1041/1990, de 27 de julio, sobre declaraciones censales y el Real Decreto 338/1990, de 9 de marzo, sobre el Número de Identificación Fiscal.
- Resolución de 20 de agosto de 2013, de la Dirección General de Empleo, por la que se registran y publican las tablas salariales del Convenio Colectivo para peluquerías, institutos de belleza y gimnasios.
- Resolución de 30 de junio de 1986, de la Dirección General de Tributos, relativa al escrito de fecha de 23 de mayo de 1986, por el que la Federación Nacional de Peluqueros y Peluquerías de Señora formula consulta vinculante respecto a la interpretación de la normativa reguladora del Impuesto sobre el

Valor Añadido, al amparo de lo dispuesto en el artículo 53 de la Ley 46/1985, de 27 de diciembre.

- Resolución de 17 de febrero de 2012, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el acta donde se recogen los acuerdos referentes a las tablas salariales correspondientes al año 2012 del Convenio Colectivo de peluquerías, institutos de belleza y gimnasios.
- Real Decreto 2402/1985, de 18 de diciembre, por el que se regula el deber de expedir y entregar factura que incluye a los empresarios y profesionales.
- Real decreto 1507/2000, de 1 de septiembre, por el que se actualizan los catálogos de productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado y de bienes de naturaleza duradera, a efectos de lo dispuesto, respectivamente, en los artículos 2, apartado 2 y 11, apartados 2 y 5, de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

- **Normativa Portuguesa**

- Decreto Ley 141/2012, de 11 de julio, que modifica el Decreto-Ley 48/2011, de 1 de abril, que regula la instalación o modificación de establecimientos de Salones de Peluquería e Instituciones de Belleza.
- Orden 284/2012, de 20 de septiembre, que modifica el Orden 131/2011, de 4 de abril, que crea un solo contador electrónico y determina su funcionalidad mínima.
- Orden 796/93, de 6 de septiembre, sujeta al artículo 10 del Decreto Ley 138/90, de 26 de abril, de los servicios practicados en las peluquerías.
- Decreto Ley 242/2012, de 7 de noviembre, que modifica al Decreto Ley 156/2005, de 15 de septiembre; al Decreto Ley 371/2007, de 6 de noviembre; al Decreto Ley 118/2009, de 19 de mayo; y al Decreto Ley 317/2009, de 30 de octubre; que establece la obligatoriedad de disponer de un libro de reclamaciones a todos los proveedores de bienes o prestadores de servicios que tengan contacto con el público en general.
- Decreto Ley 92/2011, de 27 de julio, que establece el régimen jurídico del Sistema de Regulación de Acceso a Profesionales.

- Decreto Ley 243/86, de 20 de agosto, que aprueba el Reglamento General de Higiene y Seguridad en el Trabajo en los Establecimientos Comerciales y de Servicios.
- Decreto Ley 245/2012, de 9 de noviembre, que modifica al Decreto Ley 189/2008, de 24 de septiembre; al Decreto Ley 115/2009, de 18 de mayo; y al Decreto Ley 113/2010, de 21 de octubre; que establece el régimen jurídico aplicable a los productos cosméticos y de higiene corporal.

- **Normativa Europea**

- Reglamento 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de noviembre de 2009, sobre los productos cosméticos.

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se presentan. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las subvenciones vigentes y se va actualizando constantemente. Por ello, será conveniente revisarlas en el momento de creación de la empresa para considerar cuál podrá resultar de interés para el negocio.

5.3. Análisis de la demanda

El perfil de los/as usuarios/as 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 establecimientos para recibir tratamientos no solo capilares sino también corporales.

Tal y como se ha indicado anteriormente, un estudio de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética revela que en España, el 85% de la población femenina suele acudir, con mayor o menor asiduidad, a la peluquería, al igual que el 64% de la población masculina. Por ello, para cuantificar la demanda potencial habrá que calcular este porcentaje sobre la población total masculina y femenina de la Euro región.

Región	Población masculina que suele acudir a la peluquería	Población femenina que suele acudir a la peluquería
Extremadura	349.908	469.214
Centro	682.458	1.023.314
Alentejo	225.864	323.352

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de INE España e INE Portugal. Año 2013.

Según los últimos datos de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero de 2013, la población en el municipio de Cáceres está formada por 46.117 hombres y 49.808 mujeres. Aplicando el porcentaje de la población que suele acudir a los centros de peluquería, se obtendría una demanda potencial de 29.514 hombres y 42.336 mujeres, sumando un total de 71.850 clientes/as potenciales.

5.4. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia será necesario analizar a las empresas que realicen los mismos servicios que esta empresa. Se distinguen dos tipos:

- 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/as nuevos/as profesionales que irrumpen en el mercado, sino también aquellos/as profesionales que tratan de estar al día.

Estimar el número exacto de empresas que supondrán la competencia directa para este negocio es complicado, ya que existen muchos centros de este tipo sin licencias y peluqueros/as que realizan estos servicios a domicilio y que suponen una gran amenaza.

En líneas generales, en España existen alrededor de 48.000 salones de peluquería, tal y como revela en su estudio la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España. En cuanto a las regiones lusas de Centro y Alentejo, se pueden encontrar datos más exhaustivos a través del Instituto Nacional de Estadística de Portugal: en el año 2012 había registrados en la región de Centro 4.235 empresas de salones de peluquería y en la región de Alentejo 1.286.

Para tratar de concretar la competencia que va a tener el negocio en su ámbito cercano de actuación, la ciudad de Cáceres, se ha optado por buscar el número de centros de peluquería y estética que aparecen en los principales directorios comerciales como las páginas amarillas. La cifra detectada asciende a 65. Por lo tanto habrá una peluquería para cada 17.000 personas.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

Para establecer los precios de los servicios ofrecidos se ha decidido optar por una estrategia de penetración en el mercado, ya que la empresa es nueva y necesita captar clientela. Por ello, los precios serán ligeramente inferiores a los de la competencia manteniendo siempre unos estándares de calidad.

Los ingresos producidos por los servicios de peluquería serán íntegramente para la empresa, mientras que los ingresos provenientes de los servicios de estética corresponderán en un 70% al personal externo que los realice y el 30% restante para la empresa.

Por tanto, los precios serán los siguientes:

Servicio	Precio
Lavar + Peinar	8€
Corte	8€
Permanente	25€
Tinte	20€
Mechas	25€
Recogido	12-25€
Maquillaje	10€
Extensiones	60-100€
Limpieza de cutis	20€
Peeling	12€
Tinte de pestañas	7€
Manicura/ Pedicura	10€
Depilación cejas	3€
Depilación axilas	10€
Depilación medias piernas	8€
Depilación piernas completas	12€
Depilación ingles	10€

6.2. Canales de distribución

Los servicios prestados por este negocio se van a poner a disposición de la clientela exclusivamente como venta directa al/la cliente/a: Las personas deberán desplazarse al local para recibir la prestación los servicios ofertados por el negocio.

6.3. Comunicación y promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El target de la empresa se basará en la población de la ciudad en la que se ubicará la empresa, en este caso Cáceres, y más especialmente en el barrio en el que se localice.

Mensaje

El mensaje que se pretende transmitir es que la empresa ofrece todos los servicios de peluquería y estética para que los/as usuarios/as puedan cubrir todas sus necesidades relacionadas con este ámbito, y a unos precios realmente económicos.

Estrategia

Las estrategias de comunicación van a ser las siguientes:

1. Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en ofrecer diversos servicios que permitan cubrir las necesidades de peluquería y estética de los/as usuarios/as. El objetivo es ofrecer una imagen de total confianza y seguridad en los servicios ofrecidos.
2. Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante las siguientes acciones:
 - a. Marketing one to one. Consistente en la personalización de la oferta en función de las necesidades de la clientela.
 - b. Marketing directo. Para ello, la empresa llevará a cabo acciones publicitarias directas mediante:
 - i. Mailing. Es un tipo de marketing directo mediante el cual se envía información publicitaria a través del correo electrónico.
 - ii. Registro en los principales directorios del sector y en guías de anunciantes.
 - iii. Además, la empresa también dispondrá de página web en la que dar publicidad a todos sus servicios.
 - c. Marketing indirecto. Será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas, ya que el éxito de la empresa dependerá de la calidad de los servicios

prestados. Para ello se utilizarán las posibilidades que permiten las redes sociales.

Este plan se pondrá en marcha antes y durante el primer año de funcionamiento de la empresa. Va a suponer un coste inicial importante.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

En este apartado se van a analizar los recursos necesarios que la empresa necesita para poner en marcha el proyecto.

7.1. Recursos físicos

7.1.1 Infraestructuras e instalaciones

En este tipo de negocios 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. En este caso concreto, el local se ubicará en una calle comercial y peatonal de la ciudad extremeña de Cáceres.

Para este negocio se precisa un local con una superficie de 65 m², dividido en:

Zona de peluquería con una superficie de 30 m². En esta zona se ubicará la recepción, la zona de espera, los tocadores y los lavacabezas.

Cabina de estética con una superficie de 15 m², donde se realizarán las actividades de depilación, masajes, etc.

Almacén con una superficie de 10 m², en el que se almacenarán los productos y se guardarán los materiales.

Aseos higiénico-sanitarios. Habrá que adecuar un aseo para el personal y otro para la clientela.

La página web será un factor importante, ya que desde la misma los/as clientes/as podrán informarse de los servicios ofertados y solicitar citas. Por ello se debe cuidar la imagen de la misma, otorgándole un aire moderno, profesional y que transmita confianza.

7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios

- **Equipo informático**

Constará de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

- **Mobiliario y decoración**

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad en la distribución del mobiliario cuidando todos los detalles estéticos que transmitan la apariencia de modernidad y actualidad que se le quiere aportar al negocio.

El mobiliario necesario para este negocio se compone de los siguientes elementos:

- Mostrador y mobiliario para la exposición de los productos que se vendan en la peluquería. Las estanterías y vitrinas empleadas para este fin deben permitir que los productos sean visibles y accesibles para mostrarlos a la clientela.
- Mesa, revistero y sillas para la zona destinada a esperar el turno y percheros para utilizar como guardarropa.
- Armarios y estanterías para el almacén.
- Mobiliario y decoración para la sala de estética.

- **Equipamiento y maquinaria**

La maquinaria necesaria para el negocio es:

- Secadores de mano y de pie.
- Planchas para el pelo.
- Lava-cabezas.
- Esterilizador.
- Máquinas de cortar.

- **Herramientas y útiles**

Las herramientas y útiles necesarios son:

- Batas, peinadores, guantes, gorros, capas y toallas.
- Espejos de mano, peines y cepillo.
- Horquillas, rulos, redecillas y bigudíes.
- Algodón, papel de plata, 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.
- Útiles de manicura.
- Útiles para depilación.
- Cepillo para ropa y escobillas.

7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio.

En este apartado se va a explicar el desarrollo productivo de uno de los servicios más demandados por la clientela en líneas generales: el lavado, corte y peinado del cabello. Por supuesto el abanico de posibilidades es muy amplio, y se podrían incluir servicios como tinte, aplicación de mechas, extensiones o servicios de estética.

En primer lugar se produce la recepción del/la cliente/a. Éste/a se sienta en la zona habilitada para ello a la espera de que le llegue su turno.

A continuación se produce el lavado del cabello con champú para facilitar el corte, labor que será desempeñada por la persona auxiliar de peluquería. También se pueden aplicar, además del champú, mascarillas y acondicionadores.

Una vez que el/la cliente/a tiene el cabello limpio y húmedo, se sentará en la zona de corte de cabello, donde le indicará al/la peluquero/a qué tipo de corte quiere. El/la peluquero/a le pondrá una capa para evitar que se le manche la ropa y procederá a cortar el pelo.

Una vez realizado el corte se inicia el secado con secador y posteriormente el peinado, para lo que se pueden emplear planchas.

A continuación se quita al/la cliente/a la capa y se limpia con talco u otros productos similares el cuello, rostro y/o ropa si se ha manchado durante el proceso.

Una vez que el/la cliente/a queda listo/a se produce el pago del servicio.

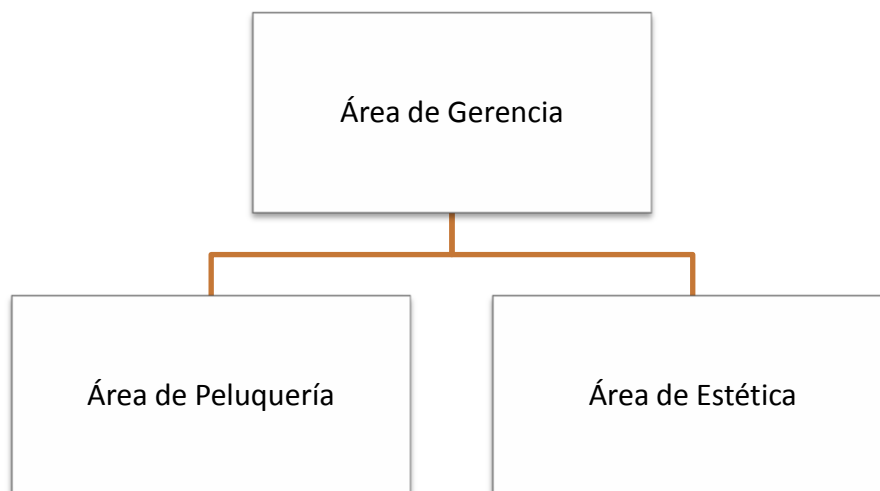
7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian 3 áreas dentro de este negocio:

- Área de gerencia y comercial. En esta área de la empresa se llevarán a cabo las tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos, contacto con proveedores, etc.
- Área de peluquería. Se incluyen los servicios de peluquería ofrecidos por la empresa.
- Área de estética. Comprende todos los servicios de estética y maquillaje ofrecidos.

El organigrama de la empresa tendrá la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

La empresa contará con tres personas empleadas:

- Peluqueros/as: Su función consiste en realizar trabajos de cuidado del cabello. La empresa contará con dos peluqueros/as, que serán además las dos personas promotoras del negocio.

Ambas personas promotoras ejercerán a su vez las labores de gestión del negocio. Uno/a de ellos/as lo hará de manera más continuada, y la otra persona lo hará cuando la primera no pueda (porque esté atendiendo a un/a cliente/a, porque no se encuentre en el local, etc.)

- Auxiliar de peluquería: Persona que ejerce las funciones de ayudante, que realiza labores que no precisan técnica específica (lavar, peinar, recoger, etc.).

Se procederá a la subcontratación para ofrecer los servicios complementarios de estética, acudiendo a profesionales independientes, como esteticistas especializados/as en manicuras, en maquillaje o en depilación, para realizar su trabajo en determinadas horas y días a la semana.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

Selección

Para la selección de la persona que ejerza de asistente, así como para seleccionar a las personas externas que ejerzan de esteticistas, se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados y de redes profesionales.

La selección del/la auxiliar de peluquería se hará mediante entrevista personal por parte de las personas promotoras del negocio.

Contratación

Se contratará a la persona asistente de peluquería a jornada completa.

Formación

Aunque la persona que se contrate deberá estar formada, las personas emprendedoras se encargarán de su aprendizaje dentro de la empresa, adquiriendo las técnicas propias en la misma y asimilando la filosofía empresarial como propia.

7.3. Forma jurídica

Esta empresa va a ser constituida como una Comunidad de Bienes. Consiste en un acuerdo privado entre dos o más autónomos/as llamados/as socios/as comuneros/as, que mantienen su condición de autónomos/as con todo lo que ello supone y que ostentan la propiedad y titularidad de una cosa o derecho pro indiviso.

Características:

- ✓ Contrato privado de comunidad de bienes, en el que se detallan la actividad del negocio, las aportaciones de cada socio/a, que podrán ser dinerarias o en especie, el porcentaje de participación que cada socio/a tiene en las pérdidas y ganancias, el uso de elementos comunes y el sistema de administración. Se recomienda su constitución en escritura pública, necesaria cuando se aporten inmuebles o derechos reales.
- ✓ Mínimo dos socios/as.
- ✓ Como empresarios/as autónomos/as que son, la responsabilidad de los/as socios/as comuneros/as por deudas frente a terceros/as es ilimitada y solidaria, es decir, responden con sus bienes presentes y futuros y se respaldan en/la uno/a en el/la otro/a.
- ✓ Tributan mediante el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
- ✓ La Comunidad de Bienes carece de personalidad jurídica propia.
- ✓ Se rige por el Código de Comercio en materia mercantil y por el Código Civil en cuanto a derechos y obligaciones.
- ✓ No se exige aportación mínima. Pueden aportarse solamente bienes, pero no puede aportarse solo trabajo o solo dinero. Estas dos tienen que ir unidas.

En este caso, las dos personas promotoras del negocio van a realizar una aportación dineraria de 3.000 euros cada una.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por la Consejería de Economía, Competitividad e Innovación del Gobierno de Extremadura:

<http://activacionempresarial.gobex.es/>

8. Análisis DAFO

Este apartado se va a centrar en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de esta empresa.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida. - Recursos económicos escasos en el inicio. - Relación con la coyuntura económica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Economía sumergida. - Elevado número de franquicias. - Competencia desleal. - Crisis económica. - Dificultad para entrar en el mercado, ya que funciona por tradición y confianza.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Diversidad de servicios ofrecidos. - Precios competitivos. - Experiencia en el sector. - Trato personalizado. - Capacidad de fidelización de la clientela. - Estructuras flexibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bienestar y cuidado de la imagen personal son una tendencia al alza. - Mercado objetivo más diversificado. - Aumento de la esperanza de vida. - Nuevas tendencias. - Abundancia de personal cualificado.

Conclusiones

Establecer estrategias de diagnósticos, para lo que se utiliza el Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar):

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida, pues no opera aún en el mercado. Para corregir esta debilidad, se llevará a cabo una estrategia de comunicación para dar a conocer la empresa y se fijarán unos precios competitivos para lograr la introducción en el mismo. Una vez que se tenga una determinada clientela, se deberán realizar acciones destinadas a la fidelización de la misma.

- Recursos económicos escasos en el inicio. En los primeros meses de actividad es necesario llevar a cabo una buena asignación de los recursos económicos, ya que para desarrollar este proyecto es necesario una importante inversión inicial.
- Relación con la coyuntura económica. En este caso la demanda de los servicios ofrecidos por la empresa mantendrá una estrecha relación con el contexto económico de España y Portugal. Dicho esto, la empresa deberá adaptar sus servicios a la coyuntura económica ofreciendo servicios a precios competitivos.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Diversidad de servicios ofrecidos. La empresa no solo ofrece los servicios de peluquería, sino también de estética y maquillaje, por lo que la cobertura de necesidades de la clientela es muy amplia. Ésta sabe que acudiendo al centro podrá cubrir todas sus necesidades en este campo.
- Precios competitivos. La empresa ha establecido una política de precios ligeramente más bajos que los de la competencia para adentrarse en el mercado y captar clientela. Con ello llegará a un mercado más amplio.
- Experiencia en el sector. Las dos personas promotoras del negocio cuentan, además de con la formación necesaria, con experiencia en el sector, lo que propicia una mejor gestión del negocio y una mejor realización de los servicios. Para mantener esta fortaleza, ambas acudirán a las principales ferias profesionales del sector.
- Trato personalizado. Los/as profesionales de la empresa darán un trato personalizado a todos/as sus clientes/as, ejerciendo no sólo como y peluqueros/as y/o esteticistas, sino también como asesores/as de imagen.
- Capacidad de fidelización de la clientela. La orientación a la clientela se considera fundamental en este ámbito. El equipo promotor velará para que este aspecto sea muy cuidado y lograr con ello la repetición de la visita del/la cliente/a.

- Estructuras flexibles. Es posible establecer unos horarios y ritmos de trabajo dependiendo de las necesidades de la demanda y de la capacidad de trabajo, con lo que la producción de los servicios será mucho más eficiente.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Bienestar y cuidado de la imagen personal son una tendencia al alza. Cada vez hay mayor preocupación por la apariencia física y el bienestar personal, por lo que el mercado para este tipo de empresas continuará expandiéndose.
- Mercado objetivo más diversificado. La clientela principal de este sector se caracteriza por ser una mujer adulta de entre 30 y 55 años. Sin embargo, esta tendencia ha cambiado en los últimos años y han aparecido nuevos segmentos como los/as jóvenes y los hombres, lo que amplía el mercado. Por ello, la política comercial de la empresa tendrá en cuenta un público objetivo más amplio.
- Aumento de la esperanza de vida. Cada vez las personas viven más y mejor y las personas mayores constituyen un segmento cada vez más numeroso y con mayor tendencia a gastar dinero en el cuidado de su imagen personal.
- Nuevas tendencias. Mantenerse al día de las nuevas modas y tendencias será imprescindible para lograr satisfacer a la clientela. Por ello, el equipo de trabajo tratará de estar a la vanguardia de las últimas tendencias a través de la asistencia a ferias y encuentros profesionales.
- Abundancia de personal cualificado. En los tiempos de crisis como el momento actual, se registra un gran número de personas en situación de desempleo debido a la falta de oportunidades y a la carencia de puestos. En esta situación se encuentran muchas personas cualificadas en el ámbito de la peluquería y estética, por lo que no resultará difícil encontrar personas con estas cualidades.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Economía sumergida. Tradicionalmente, el sector se ha caracterizado por tener una fuerte economía sumergida y por el hecho de que muchas personas han

ejercido la profesión sin poseer una titulación. Para evitarlo, será necesario por parte de las administraciones reforzar la normativa reguladora.

- Elevado número de franquicias. Varias empresas de peluquería y estética, especialmente las cadenas, han optado por ceder sus marcas en régimen de franquicias. Las pequeñas empresas no franquiciadas pueden tener problemas para ser competitivos en costes y servicios ofrecidos. En consecuencia, la empresa descrita necesitará diferenciarse de su competencia ofreciendo una buena relación calidad-precio y ofreciendo un trato inmejorable.
- Competencia desleal. Debido a la crisis económica, muchos/as profesionales que han quedado desempleados/as han buscado una salida mediante la realización de estos servicios de manera ilícita y por unos precios muy bajos. La empresa deberá hacer ver a su clientela que cumple toda la normativa y estándares de calidad, lo que garantiza un mejor servicio.
- Crisis económica. El gasto anual por familia se ha visto reducido debido a la coyuntura económica actual. Será necesario ofrecer unos precios accesibles para abarcar la mayor cuota de mercado posible.
- Dificultad para entrar en el mercado, ya que funciona por tradición y confianza. En la mayoría de los casos la gente suele confiar en un centro de peluquería porque lo ha hecho desde hace años o porque ha sido recomendado por familiares o amigos/as. Será necesario fomentar las estrategias de marketing y comunicación para dar a conocer la empresa y retenerlos transmitiendo confianza mediante un servicio personalizado.

9. Valoración y análisis financiero

A continuación se hace una valoración financiera de los recursos que se van a necesitar.

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras dure su actividad y su uso es imprescindible para la prestación de los servicios.

ACTIVO MATERIAL, conjunto de elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que se utilizan de manera continuada en la producción de bienes y servicios y que no están destinados a la venta.

Edificios, Locales y Terrenos: La actividad desarrollada por este negocio se va a realizar en un local en régimen de alquiler.

Será necesario realizar algunas obras de acondicionamiento, tanto externo (rótulos, lunas del escaparate, cierres...), como interno con el fin de adecuar el establecimiento para el desarrollo de la actividad.

Para el acondicionamiento del local 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 ascienden a 5.850 €.

Equipamiento: Será necesario adquirir una serie de elementos como batas, peinadores, peines, cepillos, rulos, etc. Esta partida será de 980 €.

Maquinaria: Se incluirán los aparatos descritos en el apartado 7. Esta partida asciende a 5.000 €.

Utillaje y Mobiliario: En cuanto al mobiliario será necesario adquirir un mostrador, mesas, armarios, etc. Esta cifra corresponderá a 3.800 €.

El utillaje incluye elementos como archivadores, carpetas, bolígrafos, etc. Esta partida será de 500 €.

Equipo Informático: Será necesario adquirir un equipo informático con un valor de 1.000 €.

ACTIVO INMATERIAL, conjunto de bienes intangibles y derechos que permanecen en el tiempo y se utilizan en la prestación de los servicios.

Aplicaciones Informáticas: Esta partida corresponderá a 300 €.

Fianzas: La fianza corresponde a dos meses de alquiler del local. En este caso, será de 975 €.

9.1.2. Activo corriente

Bienes y derechos necesarios para la actividad y que van a permanecer en la empresa durante un periodo inferior a un año. Se pueden considerar:

Existencias, materias primas, envases y embalajes... Se incluirá aquí la compra de materiales consumibles. Se necesitará un stock inicial para comenzar la actividad de 2.000 €.

Tesorería Inicial. Estimación de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante los primeros meses en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	TOTAL
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones	5.850	21%	5.850
Instalaciones		21%	0
Maquinaria	5.000	21%	5.000
Equipamiento	980	21%	980
Mobiliario	3.800	21%	3.800
Uillaje	500	21%	500
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	1.000	21%	1.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	17.130		17.130
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	300	21%	300
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	975	21%	975
Total Inmovilizado Inmaterial	1.275		1.275
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			18.405
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes..)	2.000	10%	2.000
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			11.530
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2.000		2.000
TOTAL INVERSION	20.405		20.405
Total IVA SOPORTADO	4.065		4.065
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	24.470		24.470
			36.000

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGÍA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Aportado	6.000
En Especie	0
Dinerario	6.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	6.000
Deudas bancarias a L/P	30.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	30.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	36.000

1. Recursos propios

Para la financiación del proyecto, las dos personas promotoras del negocio van a aportar 3.000 € cada una.

2. Recursos ajenos

Para la cantidad restante necesaria para la inversión y liquidez se solicitará un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	30.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	600
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	30.000,00
Importe de Intereses:	10.713,64
Coste total operación:	40.713,64
Cuota Mensual (a):	424,10
Cuota Anual	5.089,20
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

El primer año será el año en el que la empresa intente introducirse en el mercado. La empresa iniciará su actividad el 1 de enero.

Para estimar los ingresos del primer año de la empresa se han agrupado los servicios en tres grupos: peluquería, estética y maquillaje.

La empresa realizará principalmente servicios de peluquería, que abarcarán el 70% de los servicios desarrollados por la empresa. Los servicios de estética supondrán el 25% de los servicios y la realización de maquillajes el 5% restante.

El cálculo del gasto medio por cliente/a en los servicios de peluquería se ha realizado teniendo en cuenta que la principal demanda la ocupan los servicios más básicos, es decir, lavar y peinar y cortar el cabello. Su precio es de 8 € y lo demandan el 60% de los/as clientes/as. El resto de servicios tienen un precio de media de 29 €, y los demandan el restante 40%. Por tanto, ponderando ambos resultados, se obtiene que el gasto medio en los servicios de peluquería por parte de la clientela es de 16,40 €.

Los servicios estéticos son requeridos generalmente por la clientela de manera equitativa. Por tanto, el gasto medio en servicios de estética es de 10,22 €. Hay que tener en cuenta que el 60% de estos ingresos son para las personas profesionales externas que realizan estos servicios.

Por último, el precio del servicio de maquillaje es de 10 €. Al igual que en el caso anterior, la empresa solo ingresará el 40% por esos servicios, ya que el resto corresponde a la persona externa que realice el servicio.

Una vez conocida la distribución de la demanda de los servicios, es necesario estimar los ingresos totales. Como se ha indicado en el apartado 5.1., según datos de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, en España los ingresos medios por salón de peluquería y estética son de 104.000 € al año. En este caso, es poco probable que la empresa alcance esta cifra en el primer año, ya que es nueva en el mercado. Por tanto, en el primer año solo alcanzará el 75% de estos ingresos, con el objetivo de alcanzar el 100% de los mismos en el tercer año de actividad.

En cuanto a la distribución por meses, en los 3 primeros meses, al no ser suficientemente conocida la empresa y no poseer una cartera de clientes/as, operará a las 25%. En los 3 meses siguientes lo hará al 50%. Durante julio y agosto, debido a la disminución de la demanda debido a las vacaciones de verano, se ha previsto que la

empresa opere al 15%. Finalmente, en los 4 últimos meses, se ha previsto que se alcance el 100% de su capacidad estimada para el primer año.

PREVISIÓN DE INGRESOS Y CONSUMOS

HIPOTESIS DE PARTIDA	Peluquería	Estetuc	Maquillaje
Nº medio de servicios prestados al mes	278	158	32
Precio medio por Servicio	16,40	10,22	10,00
IVA repercutido	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Servicio de Peluquería													
Nº Servicios 1	130	130	130	256	256	256	78	78	506	506	506	506	3.338
Precio	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	16,40	
Ingresos	2.132	2.132	2.132	4.198	4.198	4.198	1.279	1.279	8.298	8.298	8.298	8.298	54.743
Coste Servicio	319,80	319,80	319,80	629,76	629,76	629,76	191,88	191,88	1.244,76	1.244,76	1.244,76	1.244,76	8.211,48
Servicio de Estética													
Nº Servicios 2	70	70	70	147	147	147	45	45	290	290	290	290	1.901
Precio	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	10,22	
Ingresos	715	715	715	1502	1502	1502	460	460	2964	2964	2964	2964	19.428
Coste Servicio	42,70	42,70	42,70	89,67	89,67	89,67	27,45	27,45	176,90	176,90	176,90	176,90	1.159,61
Maquillaje													
Nº Servicios 3	15	15	15	30	30	30	10	10	58	58	58	58	387
Precio	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	
Ingresos	150	150	150	300	300	300	100	100	580	580	580	580	3.870
Coste Servicio	9,00	9,00	9,00	18,00	18,00	18,00	6,00	6,00	34,80	34,80	34,80	34,80	232,20

INGRESOS POR VENTAS	2.997,4	2.997,4	2.997,4	6.000,7	6.000,7	6.000,7	1.839,1	1.839,1	11.842,2	11.842,2	11.842,2	11.842,2	78.041,4
Iva repercutido	629,5	629,5	629,5	1.260,2	1.260,2	1.260,2	386,2	386,2	2.486,9	2.486,9	2.486,9	2.486,9	16.388,7
Facturado a clientes	3.626,9	3.626,9	3.626,9	7.260,9	7.260,9	7.260,9	2.225,3	2.225,3	14.329,1	14.329,1	14.329,1	14.329,1	94.430,1
Cobros del periodo	3.626,9	3.626,9	3.626,9	7.260,9	7.260,9	7.260,9	2.225,3	2.225,3	14.329,1	14.329,1	14.329,1	14.329,1	94.430,1
Cobros periodos anteriores		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL COBROS	3.626,9	3.626,9	3.626,9	7.260,9	7.260,9	7.260,9	2.225,3	2.225,3	14.329,1	14.329,1	14.329,1	14.329,1	94.430,1

Perfil de cobro de facturas	Franja de tiempo	Porcentaje (%) de las
El Porcentaje (%) del Importe facturado A CLIENTES cada mes que se COBRA en las franjas de tiempo especificadas.	1. al contado	100%
	2. a los 30 días	
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Para este tipo de negocios los costes de producción suponen un porcentaje de los ingresos obtenidos por dicho el servicio. En este caso, el porcentaje corresponde al 15%.

COSTES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades ventas	Coste anual de consumos	
Servicios de Peluquería	2,46	3.338,00	8.211,48	
	2,46			
Servicios de Estética	0,61	1.901,00	1.159,61	
	0,61			
Maquillajes	0,6	387,00	232,20	
	0,60			
			9.603,29	TOTAL

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los principales costes en los que se incurre son:

- Arrendamiento del local: el alquiler mensual del local corresponde a 487,5 €.
- Servicios exteriores: el servicio de gestoría es de 100 € al mes.
- Suministros, servicios y otros gastos: aquí se incluyen los gastos procedentes de suministros tales como: agua, luz, internet, etc. Este gasto asciende a 230 € al mes.
- Gastos comerciales: su objetivo es dar a conocer la empresa para poder captar un mayor número de clientes/as. Esta cifra corresponde a 80 € al mes.
- Seguros: La cuota de aseguramiento mensual es de 36 €.
- Otros gastos (tributos,...): la cuantía mensual estimada para este tipo de gastos es de 30 €.

Gastos variables

En este apartado se incluyen los gastos de subcontratación del personal encargado de realizar las labores de estética y maquillaje, que supondrán un 60% de los ingresos por estos servicios.

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

ANO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Compras:	2.401	0	0	2.401	0	0	2.401	0	0	2.401	0	0	9.603
materias primas, materiales, productos...	2.401			2.401			2.401			2.401			
Gastos variables:	519	519	519	1.081	1.081	1.081	336	336	2.126	2.126	2.126	2.126	13.979
Subcontrataciones	519	519	519	1.081	1.081	1.081	336	336	2.126	2.126	2.126	2.126	
Otros													
Gastos fijos:	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	11.562
Promoción comercial	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Servicios Exteriores (gestoría)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	432
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros													0
Gastos I+D													0
Alquileres	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	5.850
Otros													0
TOTAL GASTOS y compras	3.884	1.483	1.483	4.446	2.045	2.045	3.700	1.299	3.090	5.491	3.090	3.090	35.144
Iva soportado	753	249	249	871	367	367	715	211	587	1.091	587	587	6.634
Total Pagos	4.637	1.732	1.732	5.317	2.412	2.412	4.415	1.510	3.676	6.581	3.676	3.676	41.779

Gastos de amortización**AMORTIZACIÓN CONTABLE**

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	300	5	60
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	975	5	195
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			<u>255</u>
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	5.850	50	117
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	5.000	12	417
Equipamiento	980	15	65
Mobiliario	3.800	15	253
Utillaje	500	4	125
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	1.000	5	200
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			<u>1.177</u>

9.6. Previsión de tesorería

A continuación se muestra el flujo de caja previsto para el primer año teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendiente de realizar:

FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		3.627	3.627	3.627	7.261	7.261	7.261	2.225	2.225	14.329	14.329	14.329	14.329
Prestamo a Corto Plazo		10.000											
Préstamo a Largo Plazo	30.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones de socios/as (Cap Social)	6.000												
TOTAL COBROS	36.000	13.627	3.627	3.627	7.261	7.261	7.261	2.225	2.225	14.329	14.329	14.329	14.329
PAGOS:													
Pagos sueldos		3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438
Pago compras y gastos generales		4.637	1.732	1.732	5.317	2.412	2.412	4.415	1.510	3.676	6.581	3.676	3.676
Pago IVA a Hacienda								2.174			1.747		
Devolución capital préstamos		224	226	227	229	230	232	233	235	236	238	239	10.241
Pago intereses	600	458	252	246	240	233	227	221	214	208	201	195	188
Pago de las inversiones	24.470	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	25.070	8.757	5.647	5.643	9.223	6.313	6.308	10.481	5.397	7.558	12.205	7.548	17.543
FLUJO DE CAJA NETO	10.930	4.870	-2.020	-2.016	-1.962	948	952	-8.256	-3.171	6.771	2.124	6.781	-3.214
SALDO FINAL DE TESORERÍA	10.930	15.800	13.779	11.764	9.802	10.749	11.702	3.446	275	7.046	9.170	15.951	12.736

Para poder hacer frente a la tesorería del primer año, se solicita un crédito bancario a corto plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	10.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	200
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	5.000,00
Importe de Intereses:	383,21
Coste total operación:	5.383,21
Cuota Mensual (a):	865,27
Cuota Anual	10.383,21
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

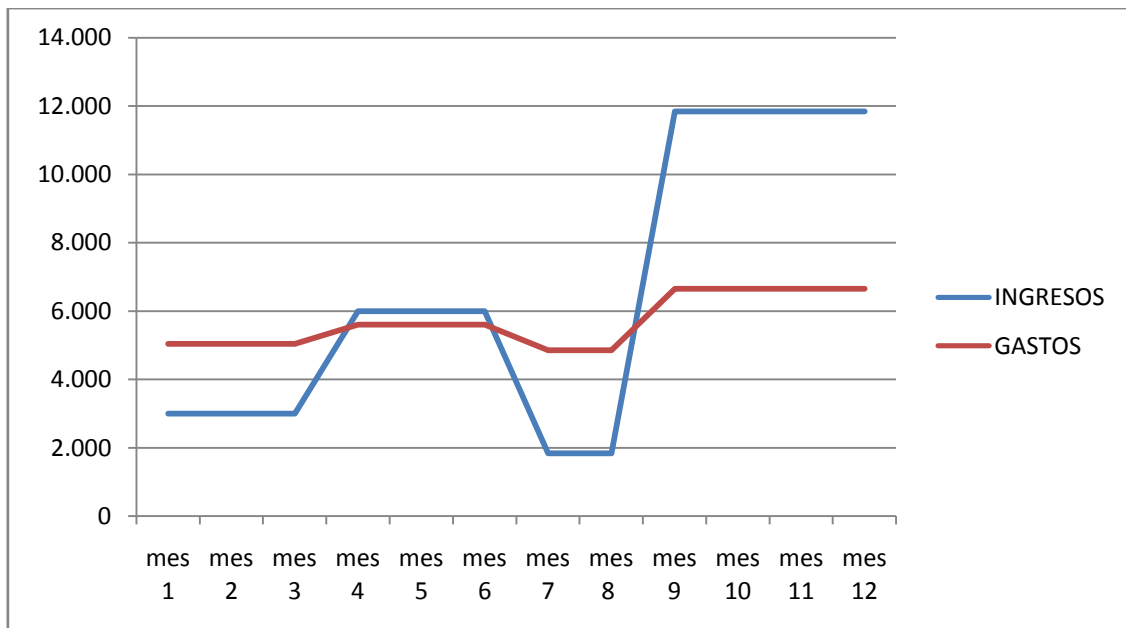
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

Cuentas de resultados mensuales del primer año del proyecto:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	2.997	2.997	2.997	6.001	6.001	6.001	1.839	1.839	11.842	11.842	11.842	11.842	78.041
CONSUMOS	0	372	372	372	737	737	737	225	225	1.456	1.456	1.456	1.456	9.603
margen bruto	0	2.626	2.626	2.626	5.263	5.263	5.263	1.614	1.614	10.386	10.386	10.386	10.386	68.438
Gastos de personal	0	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	3.438	41.251
Gastos variables	0	519	519	519	1.081	1.081	1.081	336	336	2.126	2.126	2.126	2.126	13.979
Gastos fijos	0	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	964	11.562
Amortizaciones	0	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	1.432
Total gastos	0	5.040	5.040	5.040	5.602	5.602	5.602	4.856	4.856	6.647	6.647	6.647	6.647	68.224
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-2.414	-2.414	-2.414	-339	-339	-339	-3.243	-3.243	3.739	3.739	3.739	3.739	214
Gastos financieros	600	458	252	246	240	233	227	221	214	208	201	195	188	3.482
Beneficio antes de impuestos	-600	-2.872	-2.666	-2.660	-578	-572	-566	-3.463	-3.457	3.531	3.538	3.544	3.551	-3.269
IRPF (20%)														0
RESULTADO DEL EJERCICIO	-600	-2.872	-2.666	-2.660	-578	-572	-566	-3.463	-3.457	3.531	3.538	3.544	3.551	-3.269

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance de la empresa es el siguiente:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Aportado	6.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>16.973</u>	Resultado del Ejercicio	-3.269
		Reserva legal (10 % de PyG)	0
Adquisición del terreno	0	Subvenciones	0
Edificios y Construcciones	5.850	Otros (detallar)	0
Instalaciones	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>2.731</u>
Maquinaria	5.000		
Equipamiento	980	Préstamos bancarios a largo	24.188
Mobiliario	3.800	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>24.188</u>
Utillaje	500		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	1.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-1.177	Préstamos bancarios a corto plazo	3.022
<u>Inmovilizado material</u>	<u>15.953</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	5.196
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor IRPF)	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	300		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	975		
(-) Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-255		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>1.020</u>		
Existencias, materias primas...	2.000		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	3.429		
Clientes	0		
Tesorería	12.736		
<u>Activo corriente</u>	<u>18.165</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>8.218</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>35.138</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>35.138</u>

Los datos correspondientes a los ratios son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,21
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	9.946,98
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	11,86
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	0,27%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,08
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	0,00%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	-4%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	66.082,33

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra el nivel de actividad en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costes asociados con la venta de un producto o servicio y se estima en 66.082,33 euros.

A continuación se muestran las previsiones de crecimiento en los próximos cinco años.

La previsión de ingresos para los próximos 5 años se describe en la siguiente tabla:

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	20%	11%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de consumos	20%	11%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	138%	45%	31%	26%

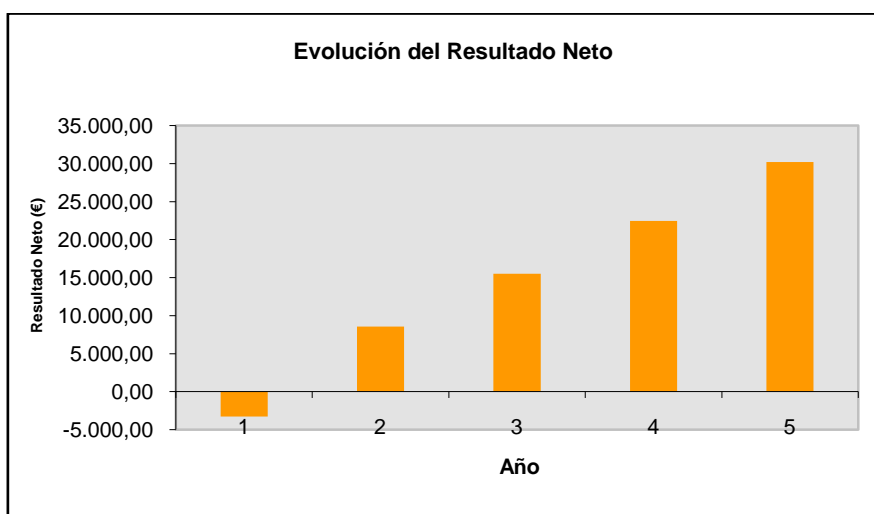
En el segundo año la empresa prevé alcanzar el 90% del nivel de ingresos medios de las empresas de este tipo en España, lo que supone un crecimiento de la Cifra de Ventas del 20%. En el tercer año se ha previsto alcanzar el 100%, lo que supone un crecimiento del 11%.

En los años siguientes el crecimiento en esta cifra vendrá marcado por las labores comerciales de las personas promotoras del negocio, con un crecimiento estimado del 10% anualmente.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	78.041,42	93.649,70	103.951,17	114.346,29	125.780,92
Consumos	9.603,29	9.891,39	10.188,13	10.493,77	10.808,59
margen bruto	68.438,13	83.758,32	93.763,04	103.852,51	114.972,33
% margen bruto sobre ventas	0,88	0,89	0,90	0,91	0,91
Gastos de personal	41.251,20	42.076,22	42.917,75	43.776,10	44.651,63
Gastos variables mensualmente:	13.978,93	14.258,51	14.543,68	14.834,55	15.131,25
Amortización de activos	1.432,33	1.432,33	1.432,33	1.432,33	1.432,33
Gastos fijos:	11.562,00	11.793,24	12.029,10	12.269,69	12.515,08
Total gastos	68.224,47	69.560,31	70.922,87	72.312,68	73.730,29
Beneficio antes de impuestos e intereses	213,66	14.198,01	22.840,17	31.539,84	41.242,04
Gastos financieros	3.482,38	3.482,38	3.482,38	3.482,38	3.482,38
Beneficio antes de impuestos	-3.268,72	10.715,63	19.357,79	28.057,46	37.759,66
IRPF	0,00	2.143,13	3.871,56	5.611,49	7.551,93
RESULTADO DEL EJERCICIO	-3.268,72	8.572,50	15.486,23	22.445,96	30.207,73

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de Actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

Actualmente se está procediendo a buscar la financiación necesaria para poder llevar a cabo el proyecto.

Actividades:

- 1 Búsqueda de financiación: 5 meses.
- 2 Búsqueda de instalaciones en la localización elegida y contrato de alquiler del local: 3 meses.
- 3 Elaboración de la cartera de servicios que se van a prestar: 1 mes.
- 4 Contratación de la elaboración de una página web: 2 meses
- 5 Campaña de marketing inicial: 6 meses.
- 6 Búsqueda y contratación de personal indefinido y personal eventual: 3 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												
6												

1	Búsqueda de financiación
2	Búsqueda de instalaciones y contrato de alquiler del local
3	Elaboración de la cartera de servicios
4	Contratación de la elaboración de una página web
5	Campaña de marketing inicial
6	Búsqueda y contratación del personal

Responsables de las actividades:

La persona promotora 1 será la encargada de realizar las actividades 1, 4 y 6.

La persona promotora 2 será la encargada de realizar las actividades 2, 3 y 5.

- Plan comercial:

La empresa ya tiene definidas sus políticas de servicios y su imagen corporativa, los cuales va a potenciar a través de la web corporativa.
- Plan de operaciones:

Las operaciones comenzarán una vez acondicionadas las instalaciones y establecida la cartera de servicios que se van a prestar.
- Plan económico-financiero:
 - Aportación de los/as emprendedores/as.
 - Solicitud de un préstamo.
 - Búsqueda de subvenciones.
- Plan de legalización de actividades:
 - Jurídico:
 - La forma jurídica de Comunidad de Bienes viene regulada en el Real Decreto de 24 de julio de 1889, texto de la edición del Código Civil mandada a publicar en cumplimiento de la Ley de 26 de mayo último y por el Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.
 - Información sobre requisitos y plazos de formalización.
 - Solicitud de licencia de apertura.
 - Contrato de alquiler de instalaciones, apertura de cuenta en entidad financiera.
 - Otros requisitos legales: adquisición de derechos de software.
 - Fiscal:
 - Alta en censo de actividades económicas.
 - Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
 - Laboral:
 - Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
 - Afiliación y alta del/la empleado/a.

Alta en el Régimen Especial de Trabajadores/as Autónomos/as.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN: PELUQUERÍA

Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades que no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Autorizaciones y Comunicaciones Ambientales, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se recoge la posibilidad de que sean necesarias obras o no. No se contempla la posibilidad de calificación urbanística para este tipo de actividad. **Se trata de una peluquería en un local de unos 65 m².**

Actividad 972: Salones de Peluquería e Institutos de belleza

A. Trámites Constitución de Empresa

A continuación se indican los trámites necesarios en caso de elegir como forma jurídica una Sociedad Limitada Mercantil:

1. Certificación Negativa del Nombre

Reserva en el Registro Mercantil Central del nombre de la sociedad que se desea constituir, obteniendo una certificación que acredite que dicho nombre no está registrado con anterioridad. Este trámite es previo al otorgamiento de la escritura pública de constitución.

En el caso de que se trate de **Cooperativas** la certificación negativa del nombre se obtiene en el Registro de Sociedades Cooperativas, éste ha de informar al Registro Mercantil Central de la denominación solicitada con carácter previo a la expedición de la certificación negativa.

Documentación: Existe un impreso oficial normalizado, en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. Hay que indicar siempre a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. Se puede solicitar a través de internet: <http://www.rmc.es>.

Organismo: Registro Mercantil Central.

Plazo: Antes de ir al notario. La validez del nombre concedido es de 3 meses (Real Decreto 158/2008). Pasado este plazo sin que se haya constituido la empresa debe renovarse, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses, ya que entonces habrá caducado definitivamente.

2. Escritura Pública

Previamente, se realizará el **Ingreso del Capital Social** acordado por los socios fundadores en una Cuenta Bancaria abierta a nombre de la Sociedad. Existe un capital social mínimo exigido para cada una de las diferentes modalidades de sociedades mercantiles. Por ejemplo, para sociedades limitadas es de 3.000 € y para sociedades anónimas de 60.000 €.

Formalización pública ante notario, por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la Sociedad estableciendo los estatutos de la misma y mediante la que se asume la totalidad de participaciones sociales.

Documentación:

- Certificación negativa de la denominación acreditando la no existencia de otra Sociedad con la misma denominación.
- Estatutos sociales.
- Acreditación del desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria).

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

El objeto del Número es identificar a la Sociedad a efectos fiscales, éste ha de ser solicitado por toda persona jurídica, pública o privada, cualquiera que sea su actividad. El NIF provisional tiene una validez de 6 meses. Puede ser solicitado junto con la Declaración Censal, en el mismo modelo (036).

Documentación:

- Modelo 036 debidamente cumplimentado.
- Fotocopia de la Escritura o Contrato de Constitución de la Sociedad.

- Fotocopia del DNI o NIE del firmante de la solicitud, que debe ser cargo representativo de la Sociedad o Entidad.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 30 días naturales desde la constitución de la sociedad.

4. Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios)

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.

Documentación:

- Primera Copia de Escritura en el caso de las sociedades.
- Número de Identificación Fiscal, NIF (salvo que se solicite en esta declaración).
- Modelo 036/037 (simplificado, cuando no se solicite el NIF).

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria.

5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Estos impuestos gravan las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados.

El Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, establece la exención en el impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP/AJD), en su modalidad de operaciones societarias, para la constitución de sociedades.

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

Documentación:

- Impreso necesario para la liquidación del impuesto, es el Modelo 600 facilitado por la Consejería de Economía y Hacienda.

- Primera copia y copia de la escritura de constitución de la sociedad.
- DNI o NIE del representante legal de la empresa y NIF de la sociedad.

Organismo: Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Extremadura.

Plazo: 30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública ante el notario.

6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad.

A partir de este momento, la empresa tendrá personalidad jurídica plena.

Documentación:

- La Escritura Pública de constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del Número de Identificación Fiscal (NIF).
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales. Impreso Modelo 600 cumplimentado.

Organismo: Registro Mercantil de la provincia donde se ubique la sociedad.

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

- Resguardo del Modelo 036.
- Original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la hoja de inscripción.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

El Impuesto de Actividades Económicas es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se realicen

o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Documentación:

- Liquidación del impuesto. Modelo 840.
- Modelo 036/037 (simplificado) de alta en el Censo.
- NIF de la empresa.

Organismo: La solicitud de alta se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria (AEAT) y la liquidación y recaudación en el Ayuntamiento de la localidad donde se ubica la sociedad.

Tasa: Exenciones de pago:

- Personas físicas.
- Negocios con facturación inferior a 1.000.000 €
- Empresas de nueva creación en los primeros 2 años de funcionamiento.

La presentación de la declaración censal (Modelo 036) **exonera** a los sujetos pasivos exentos del IAE de la presentación de las declaraciones específicas de dicho impuesto (Modelo 840).

En el caso de empresarios individuales, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los promotores, contrato público o privado y obtención del CIF. Los pasos necesarios son:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios).

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.

La inscripción será única por cada provincia donde se tenga un centro de trabajo, salvo que en la misma provincia se ejerzan dos o más actividades sometidas a ordenanzas de trabajo distintas.

Al presentar la solicitud para abrir la cuenta de cotización inicial, la Tesorería de la Seguridad Social asignará un número ("Código de Cuenta de Cotización"), con los dos primeros dígitos del mismo referidos a la provincia en la que se encuentra el domicilio de la empresa. El empresario deberá de solicitar un Código de Cuenta de Cotización en cada una de las provincias y para cada uno de los regímenes en que realice la actividad.

Documentación: Se debe presentar el Modelo TA-6 para todos los Regímenes.

Empresario individual:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.
- Escritura de Constitución debidamente registrada, o certificado del Registro correspondiente (Libro de Actas en el caso de Comunidades de Propietarios).
- Fotocopia del DNI o NIE de quien firma la solicitud de inscripción. Documento que acredite los poderes del firmante, si no están especificados en la escritura.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Plazo: El empresario que por primera vez vaya a contratar a trabajadores, deberá solicitar su inscripción como empresa antes del inicio de la actividad.

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el empresario está obligado a solicitar el alta, la baja y a comunicar las variaciones de datos de todos sus trabajadores.

Documentación:

- Afiliación trabajadores: (Si el trabajador no tiene asignado nº propio de afiliación)
 - Fotocopia del DNI del trabajador, documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA1.
- Solicitud de alta:
 - Fotocopia del documento de afiliación del trabajador.
 - Fotocopia del DNI del trabajador, o documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA2/S.

Plazo: Solicitud del alta, previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes. En los casos en que no se hubiere podido prever con antelación dicha iniciación, si el día o días anteriores a la misma fueren inhábiles, o si la prestación de servicios se iniciara en horas asimismo inhábiles, deberán remitirse, con anterioridad al inicio de la prestación de servicios, por telegrama, fax o por cualquier otro medio electrónico, informático o telemático.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Alta en el régimen de Autónomos: este Régimen de la Seguridad Social será obligatorio para trabajadores por cuenta propia. Régimen opcional para socios trabajadores de Cooperativas de trabajo asociado.

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.
- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

Plazo: 30 días naturales desde la fecha de alta en Hacienda (Modelo 036).

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo.

Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.

Documentación: Formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración o en la Consejería correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Organismo: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación.

Plazo: Dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.

12. Comunicación de contratos trabajadores.

Los empresarios están obligados a comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, en el plazo de los diez días hábiles siguientes a su concertación, el contenido de los contratos de trabajo que celebren o las prórrogas de los mismos, deban o no formalizarse por escrito. Dicha comunicación se realizará mediante la presentación de copia del contrato de trabajo o de sus prórrogas.

También debe remitirse a los Servicios Públicos de Empleo la copia básica de los contratos de trabajo, previamente entregados a la representación legal de los trabajadores, si la hubiese.

Actualmente la comunicación de contrato al SEXPE se puede realizar de forma telemática a través de la herramienta Contrat@ (www.extremaduratrabaja.es).

Documentación:

- Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el trabajador.

- Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los trabajadores, si lo hubiese.

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

B. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”

1. Informe de viabilidad urbanística.

Con objeto de evitar una inversión inútil, es recomendable que el empresario realice una consulta previa ante el Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento correspondiente, con el fin de asegurarse que, urbanísticamente, es permisible el uso del local o terreno elegido para ubicar el negocio. También puede conseguir esta información en las Oficinas de Gestión Urbanística (OGUVAT) de la Junta de Extremadura, o a través del Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma www.ideextremadura.es (Infraestructura de Datos Espaciales de Extremadura).

Documentación: (si la consulta es en el Ayuntamiento)

- Modelo de solicitud
- Características principales y ubicación del proyecto. Plano de emplazamiento.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad, OGUVAT o IDE Extremadura.

Resultado: Cédula urbanística (cuando la consulta se hace al Ayuntamiento).

2. Solicitud de Licencia de urbanística: Licencia de obras, edificación e instalación, y licencia de usos y actividades.

La Licencia Urbanística llevará implícita tanto la licencia de obras, edificación e instalación (para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento, para el ejercicio de la actividad empresarial), como la licencia de usos y actividades, que constatará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX.

Estarán sujetos a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX. Concretamente en este itinerario se puede optar por la tramitación mediante **declaración responsable**, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

Documentación para iniciar el procedimiento de licencia urbanística, concesión de licencia de obras: (orientativa, depende de cada Ayuntamiento)

- Modelo normalizado de solicitud
- Presupuesto firmado por el ejecutor material de la obra, o memoria explicativa, valorada y detallada suscrita por el solicitante.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable, así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.
- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Plazo (licencia de obras): El plazo de inicio de las obras será el previsto en la licencia de acuerdo con lo previsto en el proyecto técnico. En su defecto el plazo será de 3 meses.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de obras.

Esta actividad se encuentre afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, **no está sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística en el caso de no superar los 500 m² de superficie útil de exposición y venta al público y ser obra de adaptación sin proyecto de obra.** En este caso bastará con la presentación en el Ayuntamiento de la Declaración Responsable o Comunicación Previa y el documento de pago de las tasas correspondientes. En caso contrario se seguirá el trámite normal de solicitud de Licencia de Obras descrito anteriormente.

3. Declaración Responsable del inicio de la actividad.

Una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.

Plazo: Una vez presentada la declaración responsable se puede iniciar la actividad.

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Normativa:

Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).

Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).

Ordenanzas Municipales.

4. Adquisición y legalización del libro de visitas

De acuerdo con la legislación laboral, las empresas deberán adquirir y sellar el libro de visitas, que deben tener obligatoriamente en cada centro de trabajo aunque no empleen trabajadores por cuenta ajena, y que debe encontrarse a disposición de los funcionarios del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo. Además, podrán llevar un libro de matrícula por cada centro de trabajo, en el que se inscribirán todos los trabajadores que presten sus servicios en el mismo.

Documentación:

- Modelo oficial del Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo.
- Ficha de Empresa cumplimentada.

Organismo:

- Adquisición del libro en una librería.
- Legalización en la **Inspección de Trabajo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (Jefatura Provincial)**.

Plazo: Se debe conservar el libro de visitas durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha de la última diligencia.

5. Solicitud Hojas de Reclamaciones

Este trámite es necesario para todas aquellas empresas que ofrezcan sus servicios o productos directamente a los consumidores. Quedan excluidas las siguientes actividades:

- La ejercida por profesionales liberales que lleven a término una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional legalmente reconocido.
- La enseñanza reglada.
- Los servicios públicos competencia de la Administración.
- La de los centros, servicios y establecimientos sanitarios públicos y privados.
- La relacionada con el suministro de gas y energía eléctrica.
- La del servicio de Telecomunicaciones.
- La de los servicios financieros.
- Entidades Aseguradoras.

Documentación: Modelo de Solicitud y copia del CIF del solicitante.

Organismo: Instituto de Consumo de Extremadura (Consejería de Salud y Política Social).

Plazo: Previo al inicio de la actividad.

C. Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

1. Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro Industrial.

Están sujetas a este procedimiento la puesta en servicio por nueva implantación, ampliación o traslado de cualquier actividad o instalación industrial de las relacionadas en el Anexo I la Orden de 12 de diciembre de 2005, o para la instalación y puesta en funcionamiento de maquinarias, productos, aparatos o elementos sujetos a normas reglamentarias de seguridad industrial.

Con la solicitud de puesta en marcha se presenta también la solicitud de inscripción en el Registro Industrial.

Organismo: Dirección General de Industria y Energía.

Documentación:

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro Industrial, según el modelo oficial que se recoge en los anexos al Reglamento de Establecimientos Industriales aprobado por el Real Decreto 697/1995, de 28 de abril.
- DNI o CIF del titular, según corresponda. DNI del representante. Escritura de constitución y estatutos sociales. Acreditación de la representación o apoderamiento.
- Proyecto Técnico firmado por técnico titulado competente y visado por su Colegio Oficial correspondiente, en su caso, o Memoria Técnica donde se recojan los datos y características de la actividad, así como la relación de

máquinas (cuando proceda) cumplimentada en el modelo oficial correspondiente a la ficha técnica descriptiva de máquinas. En caso de que la Memoria Técnica, sea suscrita por un técnico titulado competente, deberá venir visada por su colegio profesional.

- En su caso, Certificado de dirección técnica, expedido por técnico titulado competente y visado por el Colegio Oficial.
- Fichas técnicas descriptivas de las características de cada una de las instalaciones que indica el interesado en la solicitud, según el modelo oficial.
- Plano de situación escala 1:10.000 y plano de emplazamiento, señalando la situación del establecimiento, instalación, maquinaria, producto, aparato o elemento sujeto a normas reglamentarias de seguridad industrial que se pretenda poner en servicio.
- En su caso documentación que acredite el cumplimiento de la legislación de medio ambiente: informe ambiental

Instalaciones objeto de este procedimiento, con las limitaciones que se indican en la Orden de 12 de diciembre de 2005:

- Instalaciones eléctricas de baja tensión.
- Instalaciones eléctricas de alta tensión.
- Instalaciones de gas.
- Instalaciones de ascensores.
- Instalaciones de grúas torre.
- Máquinas.
- Instalaciones de aparatos a presión.
- Instalaciones frigoríficos.
- Instalaciones de agua.
- Instalaciones de calefacción, climatización y ACS.
- Instalaciones de almacenamiento de productos petrolíferos líquidos.
- Instalaciones de almacenamiento de productos químicos.
- Instalaciones de protección contra incendios.

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Normativa:

Decreto 49/2004, que regula el procedimiento para la instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos industriales.

Orden de 12 de diciembre de 2005, que dicta las normas para la tramitación de los expedientes de instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos e instalaciones industriales.

D. Trámites específicos

1. Registro Oficial de Centros de Bronceado.

Las empresas que vayan a ejercer la actividad de centro de bronceado mediante rayos ultravioleta, aunque no sea exclusiva, antes de su apertura, estarán obligadas a acreditar ante la Administración competente (D.G. de Salud Pública del SES), mediante una declaración, la descripción técnica de los aparatos y materiales de que dispone, así como la formación recibida por el personal de dicho establecimiento, declaración que deberá actualizarse cada vez que se produzca alguna modificación. Asimismo, dispondrán de la documentación que acredite el cumplimiento de la normativa de seguridad.

Organismo: Dirección General de Salud Pública del SES (Servicio de Participación Comunitaria)

Documentación:

- Solicitud.
- Descripción técnica de aparatos y materiales.
- Formación recibida por el personal.

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Resultado: Inscripción en Registro.

Normativa:

- Real Decreto 1002/2002, de 27 de septiembre, que regula la venta y utilización de aparatos de bronceado mediante radiaciones ultravioleta.
- Orden de 30 de abril de 2004, regula las normas relativas a la formación de los manipuladores de los aparatos de bronceado mediante radiaciones ultravioletas, al procedimiento de autorización de empresas y entidades de formación, y registro de centros de bronceado.

11. Mapa de actividad

PELUQUERÍA: ACTIVIDAD INOCUA -----Salones de peluquería e institutos de belleza (972)

