



#plandenegocio

centro de estética



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	7
3.1. Perfil de la persona promotora.....	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 e intelectual.....	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.....	22
6.3. Comunicación y promoción.....	23
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....	25
7.1. Recursos físicos.....	25
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones.....	25
7.1.2. Equipamiento.....	26
7.1.3. Desarrollo productivo.....	27
7.2. Recursos humanos.....	29
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.....	29
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo.....	30
7.2.3. Gestión de los recursos humanos.....	31
7.3. Forma jurídica.....	32
8. ANÁLISIS DAFO.....	33
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	36
9.1. Inversión inicial.....	36
9.1.1. Activo no corriente.....	36

9.1.2. Activo corriente.....	37
9.2. Fuentes de financiación	39
9.3. Previsiones de ingresos	41
9.4. Costes de producción	43
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	44
9.6. Previsión de tesorería	47
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	49
10. PLAN DE ACCIÓN	54
10.1. Planificación de actividades	54
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 estética en el que se ofrecen los servicios de depilación con cera, cuidado de manos y pies (manicura, pedicura y aplicación de esmaltado permanente), tratamientos faciales (peeling, masajes faciales y tratamiento de limpieza e hidratación), maquillaje (sencillo, para novias y extensiones y tinte de pestañas) y bronceado en cabina.

Los centros de estética se encuentran comprendidos dentro del sector del Bienestar e Imagen Personal, que 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.

Según datos del estudio realizado en 2012 por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España, el mercado de la Perfumería y la 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.

El negocio está desarrollado por una sola persona en régimen de empresario/a individual. Esta persona posee la titulación de formación profesional de grado superior en Estética y cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector. Esta experiencia se basa en los 20 años que ha trabajado como esteticista en una peluquería y como freelance.

Esta actividad se caracterizará por un amplio catálogo de servicios así como un trato muy personalizado que conseguirá un valor añadido y diferenciación con respecto a otros competidores del mercado.

Existen diversos perfiles de clientela coincidente en la demanda de estos servicios para cuidado de su imagen y que podrían segmentarse por edades y sexos: hombres y mujeres principalmente con edades comprendidas entre los 30 y los 65 años o con edades inferiores.

La competencia de la empresa la conformarán:

- Peluquerías tradicionales que, además de realizar servicios capilares, ofrecen servicios de estética.
- Establecimientos más especializados, como salones de bronceado, salones de manicura y pedicura o stands de maquillaje.
- Profesionales autónomos que ofrecen sus servicios en los domicilios de la clientela.

La empresa estará situada en una zona comercial en una céntrica calle de la ciudad extremeña de Badajoz. El local contará con 80 m² divididos en: zona de recepción, cabina de estética, solárium, almacén y aseos higiénico-sanitarios.

La página web será un factor importante, ya que permitirá a la clientela informarse acerca de los servicios ofertados, comparar precios, ver fotografías y solicitar citas. La web tendrá una imagen moderna y profesional, transmitiendo los valores de la empresa.

La empresa contará en los momentos iniciales con dos puestos de trabajo:

- El/la gerente será la persona promotora del negocio. Se encargará de las labores de gestión y comercialización del negocio además de realizar servicios de estética.
- El/la esteticista será la persona que, bajo las órdenes del/la gerente, realice los servicios de estética.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere **una inversión inicial de 19.328 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 30.500 €, de los que 10.500 € serán aportados por la persona emprendedora y los 20.000 € 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 9.276,93 €**. **En el quinto año el BAII alcanzará los 24.557,50 €**. El punto de equilibrio se consigue con un volumen de ingresos de 47.047,17 €.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

En este proyecto se describe la creación de un centro de estética en el que se ofrecen los servicios de depilación con cera, cuidado de manos y pies, tratamientos faciales, maquillajes y solárium.

El sector de la estética es un sector que, aunque tradicionalmente siempre ha estado presente en la sociedad, es muy cambiante y se rige por las modas y tendencias del momento. El sector tiende por tanto a unos requerimientos mayores de especialización debido a las exigencias de la clientela y de la competencia en el mercado.

Según el Informe Sectorial de Cosmobbelleza 2013, los/as nuevos/as profesionales que se incorporen al mundo de la estética y de la imagen personal deberán proporcionar servicios de alta calidad, que pasarán por una mejora de la atención a la clientela y de las condiciones higiénico sanitarias.

En este caso concreto, la ventaja competitiva de la empresa se va a basar en la diversificación de servicios a precios de mercado así como en la realización de los servicios ofreciendo un trato personalizado a los/as usuarios/as.

Dado el perfil de la persona promotora de este negocio, resulta un modo idóneo de desarrollar una actividad para la que está ampliamente formada y en la que tiene más de 20 años de experiencia profesional, obteniendo una remuneración económica al ejercer la profesión que le apasiona.

3. Equipo emprendedor

Este negocio será llevado a cabo por una sola persona promotora bajo el régimen de empresario/a individual. Esta ha sido la forma elegida por las diversas ventajas que ofrece y porque esta persona ya era autónoma anteriormente, aunque hasta ahora no había decidido dar el paso de abrir su propio centro.

3.1. Perfil de la persona promotora

La persona promotora de este negocio tiene 40 años y es extremeña.

Ha realizado un curso de formación profesional de grado superior en Estética, lo que le permite, además de las tareas propias de potenciación de la imagen física, administrar, gestionar y organizar un instituto de belleza.

Su experiencia profesional es bastante amplia, con un total de 20 años dedicándose al sector de la estética. Durante 15 años ha desarrollado su labor en una empresa de peluquería, donde trabajaba por cuenta ajena. Posteriormente ha ejercido su profesión como profesional autónomo/a durante los últimos 5 años, aunque sin disponer de un centro de estética propio.

Entre sus cualidades destaca que se trata de una persona respetuosa con las decisiones de la clientela. También es una persona que sobresale por su creatividad y a la que le gusta estar a la vanguardia de las últimas tendencias del sector.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

Los servicios ofertados por la empresa serán:

- **Depilación.** La empresa ofrece un servicio de depilación mediante cera tibia. El tipo de cera empleado posee varios beneficios como su aroma frutal y que minimiza los restos de cera en la piel tras la depilación debido a su composición de resinas, parafinas y lanolinas, lo que asegura una piel con tacto sedoso.
- **Manos y pies.** Se ofrecen varios servicios entre los que destacan la manicura, pedicura y esmaltado permanente. El esmaltado permanente tiene una durabilidad de 2 a 3 semanas sobre la uña natural, conservando el brillo todo el tiempo y sin dañar la uña.
- **Tratamientos faciales.** Permiten combatir los distintos problemas cutáneos como las arrugas, la falta de luminosidad o la eliminación de impurezas como los puntos negros.

Los productos empleados serán de una alta calidad y alto grado de vitaminas. Entre estos servicios destacan: peeling, tratamiento de limpieza con vapor tradicional y masajes.

- **Maquillaje.** En la empresa se realizarán maquillajes para mujer, especialmente los destinados a novias y otros eventos especiales. También se realizarán extensiones y tintes de pestañas.
- **Solárium.** Servicio de bronceado artificial mediante la exposición a rayos UVA. Este servicio se realiza en equipos verticales, lo que asegura un bronceado sin manchas, rápido y eficaz.

4.2. Aspectos Diferenciales

La principal diferencia que ofrece esta empresa con respecto a otras de la competencia es la amplia gama de servicios realizados, que abarcan tanto la depilación como los servicios para manos y pies, tratamientos faciales, maquillajes y solárium. Dentro de estas 5 tipologías, se intenta permanecer a la vanguardia de las últimas tendencias del mercado, como con la introducción de extensiones de pestañas o el esmaltado permanente.

Otro aspecto a tener en cuenta será la atención a la clientela, que será muy personalizada, asesorándoles ofreciendo un trato amable y respetuoso en todo momento.

Además, el equipo de trabajo con el que contará la empresa estará formado por profesionales del sector con formación específica y experiencia, con lo que se consigue transmitir a la clientela la tranquilidad de recibir un servicio realizado de una manera excelente.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

La empresa cuida las necesidades de bienestar y estética de su clientela, con unos servicios relacionados con el cuidado de la piel, manos y pies mediante su amplia variedad de servicios.

Así, los/as clientes/as cubren sus necesidades de tener una piel bien depilada en todo el cuerpo, una piel del rostro limpia de impurezas e hidratada, manos y pies perfectos, maquillajes realizados de manera excelente y un bronceado natural en cualquier época del año.

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

4.4. Propiedad Industrial e intelectual

Las cuestiones de propiedad industrial o intelectual que puedan suscitarse serán aquellas relacionadas con la gestión de las actividades, como el uso de determinados programas de gestión informáticos o el uso de alguna de las marcas propias de la región o la organización, a través de franquicias o modelos patentados.

En principio, no es requerido para este negocio.

5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

Los centros de estética se encuentran comprendidos dentro del sector del Bienestar e Imagen Personal, que 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.

Dentro del sector existen otros servicios además de los centros de estética, como pueden ser las tradicionales peluquerías, los centros de masajes o las peluquerías.

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:

- 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.
- 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.
- En 2011, un 61% de las empresas de belleza creen que tendrán que invertir en innovación para hacer frente a la crisis. De hecho, según un informe de aparatología estética de Cosmobelleza de 2010, el 58% de las empresas compran maquinaria cuando hay una novedad en el mercado que se adapta a sus necesidades.
- El 60% de los/as profesionales del sector creen que la forma más viable para ampliar los servicios e incrementar la facturación es a través de acuerdos con otros/as profesionales.

- El número de franquicias en 2010 era de 41 en peluquería, belleza y cosmética (de acuerdo con la clasificación de Mundofranquicia consulting) y de 27 más en estética y cuidados personales.
- Los establecimientos que se dedican a prestar servicios vinculados al sector tuvieron una evolución muy positiva entre 2001 y 2007 con un incremento del 25,55%. Aun así, según un estudio de los establecimientos de peluquería y estética de DBK, en 2008 este sector redujo su crecimiento, y contabilizó un descenso cercano al 5% en 2009 (87.000 establecimientos, de los cuales la mayoría eran peluquerías).
- El gasto por hogar español durante 2006 en peluquería y estética era de 342,52 euros al año. En 2009 esta cifra se redujo hasta llegar a los 317,33 euros anuales y en 2010 a 301,5 euros.
- En 2011, el consumo en maquillaje descendió en un 2,7%, el del cuidado de la piel en un 2%, el del cabello en un 1,7% y el de fragancias en un 0,8%.

A nivel mundial, el mercado europeo de Perfumería y Cosmética es el que representa unos mayores niveles de consumo, con un total de 70.300 millones de euros al año, seguido de lejos por el mercado estadounidense (40.000 millones de euros al año) y el japonés (19.000 millones). Los mercados de los denominados países BRIC (Brasil, Rusia, India y China) están en continua expansión, por lo que es necesario tenerlos en cuenta.

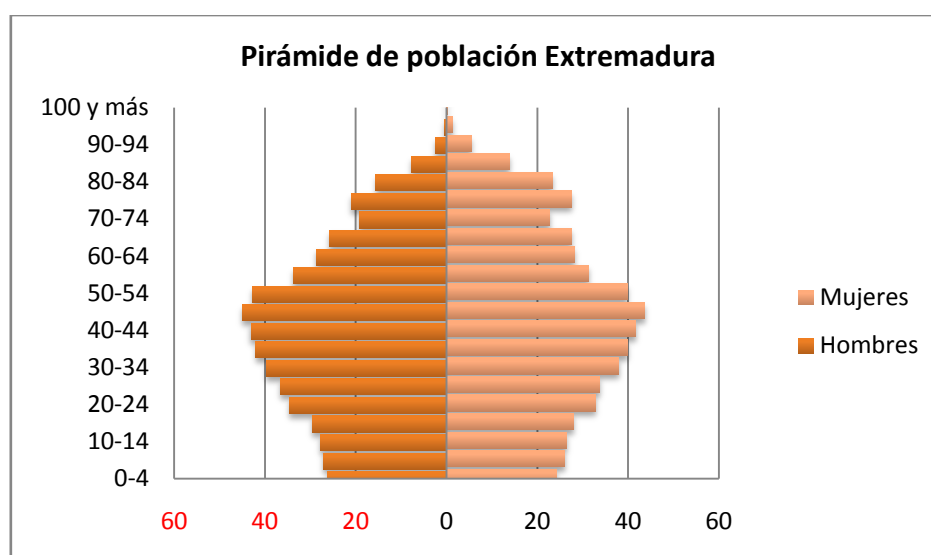
Dentro del mercado europeo, Alemania representa la primera potencia, seguido por Francia, Reino Unido, Italia y España, que representa el 10% del total del mercado de la Unión Europea.

El mismo estudio concluye con que los/as expertos/as del 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.

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.

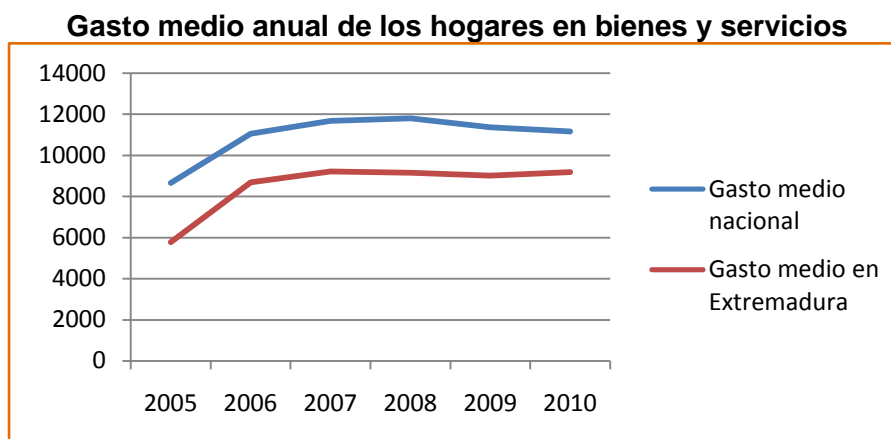


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE Revisión del Padrón de Habitantes a 1 de Enero de 2013.

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%.

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.

Los aspectos jurídicos de la actividad a realizar se recogen en diversa normativa:

- **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. A través de los recursos que ofrece la web <http://activacionempresarial.gobex.es> se procederá al estudio de solicitud de líneas de ayudas y financiación a las que se pudiera optar con el ejercicio de la presente

5.3. Análisis de la demanda

El perfil de las personas que suele acudir a este tipo de establecimientos suele corresponder a personas que se desplazan a un centro para cuidar su imagen externa por diversos motivos.

Los hábitos de consumo en este tipo de servicios se han ido modificando. Un claro ejemplo es que la edad a la que la clientela empieza a acudir a estos establecimientos ha disminuido. Por tanto, en la actualidad hay colectivos que antes no acudían a este tipo de establecimientos y ahora lo hacen.

Por otro lado, también cabe destacar que el número de hombres que suele acudir a estos establecimientos ha aumentado considerablemente.

Para concretar más la cifra de la clientela potencial, se va a enfocar en aquellas personas que vivan en Badajoz, localidad en la que se va a situar la empresa, y que tengan una edad comprendida entre los 16 y los 65 años.

En la provincia de Badajoz, el 65,78% de la población tiene una edad comprendida dentro del rango expuesto anteriormente, tal y como indica el Instituto Nacional de Estadística. Por tanto, si la ciudad de Badajoz cuenta con 150.621 habitantes, 99.079 formarán parte de la demanda potencial de la empresa.

5.4. Análisis de la competencia

En el análisis de la competencia se distinguen varios tipos de empresas que realizan unos servicios iguales o similares a los ofrecidos por esta empresa:

En primer lugar destacan las peluquerías tradicionales, que además de realizar servicios capilares, ofrecen servicios de estética como manicuras o depilación entre otros.

Por otro lado, habrá que tener en cuenta otro tipo de establecimientos más actualizados, que pueden ofrecer una menor gama de servicios, pero que se encuentran más especializados. Estos centros pueden ser, entre otros:

- Salones de bronceado, que incluyen un amplio número de máquinas bronceadoras, además de ofrecer el servicio de bronceado artificial mediante espray.
- Salones de manicura y pedicura. Este tipo de establecimientos se encuentran muy extendidos en Estados Unidos, y cada vez ganan más adeptos en Europa.
- Stands de maquillaje en grandes superficies, donde además de vender productos de una determinada marca, realizan maquillajes.

Por último, habrá que tener en cuenta a los/as profesionales autónomos que ofrecen sus servicios en los domicilios de su clientela. Es difícil establecer el número de personas que realizan estos trabajos debido a que la mayoría lo hace bajo economía sumergida.

En líneas generales, en España existían en 2012 alrededor de 11.000 centros de estética, tal y como revela el informe de la consultora DBK.

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 registradas en la región de Centro 1.549 empresas de centros de estética y en la región de Alentejo, 446.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

Para establecer los precios de los servicios ofrecidos se ha decidido analizar los precios de la competencia y establecer unos precios de acuerdo a los establecidos en el sector. Aunque se quiere entrar en el mercado, la empresa quiere dar a su clientela una imagen de calidad que no podría transmitir si estableciera unos precios más bajos que los de la competencia.

Por tanto los servicios de depilación ofrecidos tendrán los siguientes precios:

Servicios de depilación	Precios
Glúteos	6 €
Medias piernas	5 €
Piernas enteras	8 €
Pubis	10 €
Línea bikini	3 €
Axilas	4 €
Brazos completos	7,50 €
Cejas	5 €
Labio superior	3 €

Los servicios de manos y pies:

Servicios de manos y pies	Precios
Manicura	9 €
Pedicura	16 €
Esmaltado permanente manos	14 €
Esmaltado permanente pies	14 €
Esmaltado tradicional manos	4 €
Esmaltado tradicional pies	4 €

En cuanto a los servicios de tratamientos faciales, los precios serán los siguientes:

Tratamientos faciales	Precios
Limpieza con vapor tradicional	20 €
Peeling facial	6 €
Masaje facial	12 €

Los precios de los servicios de maquillaje y pestañas serán:

Servicios de maquillaje y pestañas	Precios
Maquillaje	20 €
Maquillaje de novia con prueba	50 €
Extensiones de pestañas	12 €
Tinte de pestañas	9 €

Por último, los precios de los servicios de solárium:

Servicios de solárium	Precios
1 sesión de 8 minutos	3,50 €
Bono de 10 sesiones	30 €
Bono de 20 sesiones	42 €

6.2. Canales de distribución

Al ser un servicio que se presta, el canal no es otro que la venta directa al/la cliente/a a través del local. No obstante, conviene señalar que los servicios prestados por este negocio tienen los siguientes posibles de contratación:

- En primer lugar se encuentra la venta directa a la clientela. Los/as usuarios/as podrán desplazarse hasta el centro e informarse acerca de los servicios ofrecidos y los precios de los mismos y, si lo desean, contratarlos.
- En segundo lugar, la venta telefónica. La empresa cuenta con un número de teléfono al que la clientela podrá dirigirse para recibir información y contratar los servicios.
- Por último, la empresa cuenta con una página web, desde la que los/as usuarios/as podrán informarse de la localización de la misma, los servicios que ofrece, los precios y además ver fotografías de las instalaciones y de los distintos servicios.

6.3. Comunicación y promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado, fidelizar clientela.

Público objetivo

El target de la empresa se basará en la población de 16 a 65 años de la ciudad en la que se ubicará la empresa, en este caso Badajoz, y más especialmente en el barrio en el que se localice.

Mensaje

El mensaje que se pretende transmitir es que la empresa ofrece una amplia variedad de servicios de estética, entre los que se incluyen depilación, manicura y pedicura, tratamientos faciales, maquillajes y solárium, para que los/as usuarios/as puedan cubrir sus necesidades relacionadas con este ámbito, manteniendo unos estándares de calidad en la recepción del servicio bastante elevados y diferenciadores de los de la competencia.

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 bienestar 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. Además, se emplearán estrategias como el establecimiento de bonos canjeables por servicios para fidelizar a los/as usuarios/as.
 - 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.
- d. Marketing relacional. Se realizará principalmente mediante la asistencia a eventos y ferias relacionados con el sector. Algunas de éstos son:
 - o Feria de la Belleza, Cosmética y Salud. La imagen corporal, el cuidado de la salud y la belleza integral son los tres ejes que rigen las actividades expositivas y lúdicas de la Feria. Este salón, abierto a profesionales y público en general, tiene como objetivo convertirse en referente del sector de la estética y la salud en España y Portugal. Se celebra en Badajoz, en el recinto IFEBA, entre los meses de febrero y marzo.
 - o Salón Look Internacional. Feria anual organizada para los/as profesionales de los sectores de la peluquería y estética, y una sólida oportunidad de desarrollo de negocios para las empresas participantes. Tiene lugar en Madrid en el mes de octubre.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

La empresa estará situada en un local comercial en una céntrica calle de la ciudad extremeña de Badajoz. Se ha elegido esta localización debido a la proximidad al mercado objetivo, la existencia de buenas vías de comunicación y el buen nivel de equipamiento de la zona.

El local contará con 80 m² divididos en las siguientes áreas:

- Zona de recepción, maquillaje y tratamientos de manos y pies. Será la zona en la que se atenderá a la clientela y se realizarán los servicios de maquillaje, manicura y pedicura. Esta zona tendrá una superficie de 35 m².
- Cabina de estética, en la que se realizarán los servicios de depilación así como los tratamientos faciales. Esta sala contará con 15 m².
- Solárium. Sala con 10 m² en la que se ubicará la máquina de bronceado y en la que la clientela podrá vestirse y desvestirse cómodamente y en la intimidad.
- Almacén de 10 m² en el que se guardarán los productos y materiales necesarios para la realización de los servicios.
- Aseos higiénico-sanitarios. Se adecuará un aseo para el personal y otro para la clientela. Cada uno contará con 5 m².

La página web será un factor importante, ya que permitirá a la clientela informarse de los servicios ofertados, comparar los precios, ver fotografías y solicitar citas. La web tendrá una imagen moderna y profesional, transmitiendo los valores de la empresa.

7.1.2. Equipamiento

- **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 llevar a cabo el negocio es:

- Mesa de recepción, revistero y sillas para la zona destinada a esperar el turno, así como percheros para utilizar a modo de guardarropa.
- Mesas de trabajo y sillas para la zona destinada a la realización de los maquillajes y manicuras y pedicuras.
- Armarios y estanterías para el almacén.
- Silla, mesa auxiliar, camilla y percheros para la cabina de estética.
- Percheros para el solárium.

- **Equipamiento y maquinaria**

La maquinaria necesaria para el negocio es:

- Cabina de bronceado.
- 2 lámparas UV secador de uñas para manicura con esmalte permanente.
- Lámpara UV secador de uñas para pedicura con esmalte permanente.
- Calentador fundidor de cera.

- **Herramientas y útiles**

Las herramientas y útiles necesarios son:

- Batas, guantes, toallas y espejos de mano.
- Útiles para manicura y pedicura: alicates, cortaúñas, limas, cortador de cutículas, palitos de naranjo, pulidores, etc.
- Útiles para depilación: espátulas, tiras de papel, pinzas.
- Útiles para maquillajes: brochas, pinceles, esponjitas, etc.

7.1.3. Desarrollo productivo

El desarrollo productivo de la empresa comienza con la recepción del/la cliente/a, que se sentará en la zona habilitada para ello a la espera de que llegue su turno.

Una vez que le ha llegado, comienza a desarrollarse la actividad. Si el servicio que se va a prestar consiste en la realización de un maquillaje, manicura o pedicura, éste se desarrollará en la zona principal.

- El proceso de manicura y pedicura tradicionales comienzan con la eliminación del esmalte que pudiera estar aplicado anteriormente. En segundo lugar, se procede a limar y dar forma y seguidamente se tratan las cutículas. El siguiente paso es regenerar la uña con un producto específico y a continuación aplicar un endurecedor de uñas. Por último, se procede a la aplicación del esmalte.
- Para la realización de un maquillaje sencillo, el primer paso es la aplicación de una prebase en el rostro, seguido de la base de maquillaje. A continuación se cubren ojeras e imperfecciones y se matifica todo el rostro con polvos. Encima se aplicará el contorno, colorete e iluminador. En los ojos se aplicará también una prebase sobre los párpados y a continuación las sombras de ojos elegidas. Se delinea con un lápiz y se aplica la máscara de pestañas. En los labios se procederá a la aplicación de una barra de labios y se matizará con un gloss.

Los servicios de depilación y tratamientos faciales se realizarán en la cabina de estética:

- La depilación comienza con la difusión de una fina capa de cera sobre la piel en la zona en la que se desea eliminar el vello. Una tira de papel poroso se prensa en la parte superior con las manos y se quita con un rápido movimiento en dirección contraria al crecimiento del pelo. El proceso se repite por toda el área a depilar. Para finalizar, se aplica una loción calmante de la piel y retardante.
- El peeling facial es uno de los tratamientos faciales que se ofrecen y, generalmente, el más solicitado. Anteriormente a la realización del peeling (aproximadamente 3 días), el/la cliente/a deberá aplicarse una crema con ácido retinoico que le será proporcionada por la empresa. Cuando ya ha llegado el momento de la realización del peeling, se realizará un desengrasado y limpieza

profunda de la piel. Después se aplica la cantidad necesaria de ácido y se deja actuar. Transcurrido el tiempo necesario se aplica una mascarilla hidratante.

El servicio de bronceado se realiza en la zona de solárium, y el proceso es el siguiente:

- Para el proceso de bronceado, el/la usuario/a entrará en la sala destinada al solárium y se desvestirá. Para ello puede aprovechar las perchas instaladas y colgar su ropa. A continuación se pondrá las gafas protectoras y un gorrito de papel y entrará en la cabina. Una vez que pulse el botón de inicio se encenderán las lámparas de la cabina, así como el ventilador y la radio, para hacer más amena la espera. Cuando haya transcurrido el tiempo contratado por el/la cliente/a (generalmente 8 minutos), la cabina emitirá un pitido que indicará la finalización del proceso. El/la cliente/a saldrá de la cabina, se quitará el gorro y se vestirá de nuevo.

Una vez que el servicio contratado por el/la cliente/a ha finalizado, se procederá al pago del mismo.

7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian 2 áreas dentro de la empresa:

- 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 estética. Comprende todos los servicios de estética ofrecidos por la empresa y se divide a su vez en cinco departamentos:

a) Departamento de depilación, encargado de la realización de los servicios de depilación.

b) Departamento de manos y pies, encargado de la realización de los servicios de manicura y pedicura.

c) Departamento de tratamientos faciales, encargado de la realización de servicios relacionados con el rostro.

d) Departamento de maquillaje, encargado de la realización de los maquillajes y los servicios relacionados con las pestañas.

e) Departamento de bronceado, encargado de estos servicios.

7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

La empresa contará, en los momentos iniciales, con dos puestos de trabajo:

- Gerente. La persona promotora del negocio ejercerá además de gerente. Será la persona encargada del área de gestión y comercial. Además, ejercerá de esteticista. Esta persona cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector, por lo que se encuentra ampliamente capacitada para ejercer esta función. Realizará principalmente maquillajes, tratamientos faciales y manicuras y pedicuras, aunque podrá realizar cualquier tipo de servicio cuando sea requerido por la clientela.

- Esteticista. Persona que, bajo las órdenes del/la gerente, realiza labores de estética. Realizará principalmente depilaciones e indicaciones para los/as usuarios/as de la cabina de bronceado, pero podrá realizar cualquier tipo de servicio cuando sea requerido por la clientela. Es conveniente que esta persona posea la titulación de formación profesional de grado medio de Estética personal y decorativa.

En momentos posteriores, cuando la actividad de la empresa aumente y con dos personas no se pueda cubrir la demanda de la clientela, se contratarán uno/a ó dos esteticistas más. También se podrá contratar a un/a administrativo/a recepcionista si el volumen de actividad lo requiriese.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

Selección

Para la selección del personal se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados y de redes profesionales.

Una vez seleccionados/as varios/as candidatos/as, la persona promotora hará entrevistas personales hasta seleccionarlos/as.

Contratación

Se contratará al/la esteticista a jornada completa.

Formación

Aunque la persona que se contrate deberá estar formada, la persona emprendedora se encargará 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

La forma jurídica elegida para esta empresa es la de empresario/a individual.

Esta forma jurídica se rige en materia mercantil por el Código de Comercio y en materia de derechos y obligaciones por el Código civil. Además la Ley 20/2007 regula el estatuto del trabajo autónomo.

Las características principales de este tipo de empresas (texto extraído de <http://www.ipyme.org>):

- Control total de la empresa por parte del/la propietario/a, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario/a), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del/la empresario/a.
- Es la forma que menos gestiones y trámites ha de hacer para la realización de su actividad, puesto que no tiene que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.

Para obtener más información acerca de esta forma jurídica o de otras posibles, puede consultarse el Portal PYME del Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través del siguiente enlace:

<http://www.ipyme.org/es-ES/CreacionEmpresas/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

También se puede obtener información a través del Punto de Activación Empresarial 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"> - Empresa de nueva creación, por lo que es desconocida para la clientela potencial. - Recursos económicos escasos en el inicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coyuntura económica. - Amplia variedad de servicios sustitutivos. - Dificultad para entrar en el mercado. - Economía sumergida. - Mercado ocupado por franquicias.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Gran diversidad de servicios ofrecidos. - Trato personalizado. - Experiencia en el sector. - Capacidad de fidelización de la clientela. - Estructuras flexibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas tendencias. - Cuota de mercado cada vez más amplia. - Aumento de la esperanza de vida. - Los servicios de Bienestar e Imagen Personal son una tendencia al alza.

Conclusiones

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

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- Empresa de nueva creación, por lo que es desconocida para la clientela potencial. Para afrontar esta debilidad, la empresa llevará a cabo una estrategia de comunicación para dar a conocerla y, una vez que se cuente con una determinada clientela, se deberán realizar acciones de 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 necesaria una importante inversión económica inicial.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Coyuntura económica. La crisis económica que ha afectado a la gran mayoría de sectores también lo ha hecho con el sector del Bienestar y la Imagen Personal. Tal y como se ha indicado en el apartado 5.1., el número de establecimientos de estética ha disminuido en los últimos años, al igual que el consumo de maquillaje y cuidado de la piel entre otros. La empresa debe realizar intensivas campañas de comunicación para atraer clientela y fidelizarla mediante unos estándares de calidad de acuerdo a los precios establecidos.
- Amplia variedad de servicios sustitutos. En la actualidad, la gama de empresas que ofrecen servicios de estética es muy amplia, por lo que la clientela podría desplazarse fácilmente hacia otro tipo de establecimiento. De nuevo, las campañas de fidelización de los/as usuarios/as son fundamentales.
- Dificultad para entrar en el mercado. En la mayoría de los casos, la gente suele confiar en un centro de estética por tradición o por recomendación de familiares o amigos/as. Por ello, habrá que fomentar las estrategias de comunicación de la empresa.
- 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 que les capacite. Para evitarlo, será necesario no sólo que por parte de la administración se refuerce la normativa reguladora, sino que la empresa ponga en valor la calidad de los servicios que ofrece.
- Mercado ocupado por franquicias. Las pequeñas empresas no franquiciadas pueden tener problemas para ser competitivas en costes y servicios ofrecidos. Por ello, esta empresa deberá diferenciarse ofreciendo una buena relación calidad-precio y un trato inmejorable.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Gran diversidad de servicios ofrecidos. La variedad de servicios dentro del sector de la estética permite cubrir una amplia gama de necesidades de la clientela, lo que permite atraer a una mayor cuota de mercado.
- Trato personalizado. Una de las premisas dentro de la filosofía de la empresa es el trato personalizado que se expende a cada cliente/a.
- Experiencia en el sector. La persona promotora de este negocio cuenta con más de 20 años de experiencia, además de con la formación necesaria. Ello

favorece una mejor gestión del negocio y mejor realización de los servicios. Para mantener esta fortaleza deberá reciclar sus conocimientos de manera constante.

- Capacidad de fidelización de la clientela. La orientación a la clientela se considera fundamental en este ámbito, por lo que la empresa velará porque se cumpla y conseguir que los/as usuarios/as repitan sus visitas al centro.
- Estructuras flexibles. Es posible establecer unos horarios y ritmos de trabajo dependiendo de las necesidades de la clientela y de la capacidad de trabajo, lo que permite la realización de un servicio mucho más eficiente.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Nuevas tendencias. La persona promotora del negocio tiene presente que debe permanecer a la vanguardia de las tendencias de estética que existen en el mercado para conseguir cubrir las necesidades de los/as usuarios/as.
- Cuota de mercado cada vez más amplia. Aunque tradicionalmente el público objetivo de los centros de estética estaba formado por mujeres adultas, cada vez acuden con mayor frecuencia a este tipo de centros hombres y personas jóvenes.
- Aumento de la esperanza de vida. Las personas mayores constituyen un segmento cada vez más numeroso y con mayor tendencia a gastar dinero en el cuidado de su imagen personal.
- Los servicios de Bienestar e Imagen Personal son una tendencia al alza. La preocupación por la apariencia física y el bienestar personal tiene una mayor importancia en la sociedad, lo que permite que el mercado para las empresas de estética se expanda.
- Apoyo institucional. La coyuntura económica ha generado una elevada tasa de desempleo. Por ello, gran parte de la inversión pública se está destinando a impulsar el emprendimiento y la creación de nuevas empresas, por lo que la empresa podrá buscar ayudas y subvenciones para llevar a cabo su actividad.

9. Valoración y análisis financiero

A continuación se hace una valoración financiera de los recursos que se necesitan en esta empresa.

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.

El local contará con 80m² divididos en: zona de recepción, maquillaje y tratamientos de manos y pies; cabina de estética; sala de bronceado; almacén; y aseos higiénico-sanitarios. Esta superficie requerirá obras de acondicionamiento cuantificados en el plan de negocio en el apartado de Inmovilizado material, incluyendo permisos y licencias urbanísticas, en 5.400 euros.

Equipamiento: Será necesario adquirir una serie de elementos como batas, guantes, toallas, etc. Esta partida será de 800 €.

Maquinaria: La maquinaria adquirida por la empresa se detalla a continuación, con un coste total de 2.210 €:

Maquinaria	Precio
Cabina de bronceado	2.000 €
2 lámparas UV secador de uñas para manicura con esmalte permanente	100 €

Lámpara UV secador de uñas para pedicura con esmalte permanente	50 €
Calentador fundidor de cera	60 €
Total	2.210 €

Utillaje y Mobiliario: En cuanto al mobiliario será necesario adquirir mesas de trabajo, sillas, camilla, armarios, etc. Esta cifra se estima en 2.080 €.

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: Se ha incluido el coste de la creación de la página web así como todas las aplicaciones informáticas necesarias para el desarrollo de la actividad. Esta partida corresponderá a 1.500 €.

Fianzas: La fianza corresponde a dos meses de alquiler del local. En este caso, será de 1.120€.

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 1.500 €.

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		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones	5.400	21%	5.400
Instalaciones		21%	0
Maquinaria	2.210	21%	2.210
Equipamiento	800	21%	800
Mobiliario	2.080	21%	2.080
Ustillaje	500	21%	500
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	1.000	21%	1.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	11.990		11.990
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	1.500	21%	1.500
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.120	21%	1.120
Total Inmovilizado Inmaterial	2.620		2.620
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			14.610
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	1.500	10%	1.500
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			11.172
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.500		1.500
TOTAL INVERSIÓN	16.110		16.110
Total IVA SOPORTADO	3.218		3.218
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	19.328		19.328
			30.500

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

Modificar APORTACIÓN DINERARIA socio en 15.000 euros

Préstamo Bancario de 15.500 Euros para financiación de Inversiones (a LP)

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Aportado	10.500
En Especie	0
Dinerario	10.500
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	<u>10.500</u>
Deudas bancarias a L/P	20.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	<u>20.000</u>
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	<u>0</u>
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	<u>30.500</u>

1. Recursos propios

Para la financiación del proyecto, la persona promotora va a hacer una aportación de 15.000 euros.

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	20.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	400
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	20.000,00
Importe de Intereses:	7.142,42
Coste total operación:	<u>27.142,42</u>
Cuota Mensual (a):	282,73
Cuota Anual	3.392,80
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.

Según datos del estudio realizado en 2012 por STANPA, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España, en España existen 48.000 salones de peluquería y estética, generando 5.000 millones de euros al año, con un ingreso medio por salón de 104.000 euros anuales.

Como esta empresa no va a ofrecer servicios de peluquería, tan solo de estética, ha estimado alcanzar en el primer año de actividad el 48% de estos ingresos, e ir aumentándolos en años posteriores.

Durante el primer trimestre del año, la empresa prevé desarrollar su actividad a un 10% del total previsto en el primer año, ya que todavía no es muy conocida en el mercado y no cuenta con una cartera de clientes/as fija. Además, en estos meses no se suelen contratar un elevado número de servicios de este tipo.

En el segundo trimestre del año, la empresa prevé operar al 35% de la previsión para el primer año, ya que las labores de promoción del negocio van dando sus frutos y coincide con una época con un alto número de eventos como bodas, bautizos, comuniones y otros eventos que requieren de estos servicios.

En los meses de verano, julio y agosto, bajará la contratación de los servicios hasta alcanzar el 5%, ya que no es tradicional la contratación en estos meses.

En los dos meses siguientes, septiembre y octubre, aumentará la facturación hasta el 25% debido a que coincide con una época de muchas celebraciones y a que las labores de comunicación y promoción de la empresa han sido efectivas. En el mes siguiente la facturación alcanzará el 10%, ya que es un mes en el que tradicionalmente no se celebran muchos actos.

Por último, en diciembre, la empresa alcanzará el 20% de la facturación prevista en el primer año. Esto es debido, por un lado, a los servicios contratados de cara a las celebraciones navideñas y, por otro, a que la empresa ya es ampliamente conocida en el sector y se está consiguiendo la fidelización de la clientela.

En cuanto a los precios, se ha decidido establecer la media de los precios de los distintos tipos de servicios para realizar la previsión de ingresos, así, el precio medio de los servicios de depilación corresponde a 5,72 euros, el servicio de maquillaje a

22,75 euros, el servicio de manos y pies a 10,17 euros y el servicio de tratamiento facial a 12,7 euros. Para el bronceado, se ha decidido establecer el precio de una sesión individual.

Dentro de los servicios de estética ofrecidos por la empresa, aquellos que más solicita la clientela son los de depilación, con un 30% de la demanda de la empresa. Los servicios de maquillaje y de manos y pies suponen, cada uno supone el 25% de la demanda. Por último, tanto los servicios de tratamientos faciales como los de bronceado ocupan el 10% de la demanda cada uno.

PREVISIÓN DE INGRESOS Y CONSUMOS

HIPOTESIS DE PARTIDA	Depilación	Maquillaje	Trat. Facial	Manos/Pies	Bronceado
Nº medio de servicios prestados al mes	218	46	33	102	118
Precio medio por Servicio	5,72	22,75	12,70	10,17	3,50
IVA repercutido	21%	21%	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
Depilación													
Nº Servicios 1	52	100	112	184	210	262	130	130	315	340	262	524	2.621
Precio	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	5,72	
Ingresos	297,44	572,00	640,64	1.052,48	1.201,20	1.498,64	743,60	743,60	1.801,80	1.944,80	1.498,64	2.997,28	14.992,12
Coste Servicio	29,64	57,00	63,84	104,88	119,70	149,34	74,10	74,10	179,55	193,80	149,34	298,68	1.493,97
Maquillaje													
Nº Servicios 2	11	20	24	38	44	55	28	28	66	71	55	110	550
Precio	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	22,75	
Ingresos	250,25	455,00	546,00	864,50	1.001,00	1.251,25	637,00	637,00	1.501,50	1.615,25	1.251,25	2.502,50	12.512,50
Coste Servicio	25,30	46,00	55,20	87,40	101,20	126,50	64,40	64,40	151,80	163,30	126,50	253,00	1.265,00
Tratamientos faciales													
Nº Servicios 3	8	15	17	28	32	40	20	20	47	51	40	80	398
Precio	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	12,70	
Ingresos	101,60	190,50	215,90	355,60	406,40	508,00	254,00	254,00	596,90	647,70	508,00	1.016,00	5.054,60
Coste Servicio	10,16	19,05	21,59	35,56	40,64	50,80	25,40	25,40	59,69	64,77	50,80	101,60	505,46
Manos y pies													
Nº Servicios 4	25	46	52	86	98	123	61	61	147	160	123	245	1.227
Precio	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	10,17	
Ingresos	254,25	467,82	528,84	874,62	996,66	1.250,91	620,37	620,37	1.494,99	1.627,20	1.250,91	2.491,65	12.478,59
Coste Servicio	25,50	46,92	53,04	87,72	99,96	125,46	62,22	62,22	149,94	163,20	125,46	249,90	1.251,54
Bronceado													
Nº Servicios 5	28	52	60	100	114	142	70	70	170	186	142	284	1.418
Precio	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	
Ingresos	98,00	182,00	210,00	350,00	399,00	497,00	245,00	245,00	595,00	651,00	497,00	994,00	4.963,00
Coste Servicio	9,80	18,20	21,00	35,00	39,90	49,70	24,50	24,50	59,50	65,10	49,70	99,40	496,30
INGRESOS POR VENTAS	1.001,5	1.867,3	2.141,4	3.497,2	4.004,3	5.005,8	2.500,0	2.500,0	5.990,2	6.486,0	5.005,8	10.001,4	50.000,8
Iva repercutido	136,4	255,7	294,5	477,2	547,8	684,2	343,3	343,3	819,0	883,6	684,2	1.368,3	6.837,4
Facturado a clientes	1.137,9	2.123,0	2.435,9	3.974,4	4.552,1	5.690,0	2.843,2	2.843,2	6.809,2	7.369,6	5.690,0	11.369,7	56.838,2
Cobros del periodo	1.137,9	2.123,0	2.435,9	3.974,4	4.552,1	5.690,0	2.843,2	2.843,2	6.809,2	7.369,6	5.690,0	11.369,7	56.838,2
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	1.137,9	2.123,0	2.435,9	3.974,4	4.552,1	5.690,0	2.843,2	2.843,2	6.809,2	7.369,6	5.690,0	11.369,7	56.838,2

Perfil de cobro de facturas	Franja de tiempo	Porcentaje (%) de las facturas
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 10%.

COSTES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos	
Depilación	0,57	2.621,00	1.493,97	
	0,57			
Maquillaje	2,30	550,00	1.265,00	
	2,30			
Tratamientos faciales	1,27	398,00	505,46	
	1,27			
Manos y pies	1,02	1.227,00	1.251,54	
	1,02			
Bronceado	0,35	1.418,00	496,30	
	0,35			
			5.012,27	TOTAL

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los principales costes en lo que se incurre son:

- Arrendamiento del local
- Servicios exteriores.
- Suministros, servicios y otros gastos: aquí se incluyen los gastos procedentes de suministros tales como: agua, luz, internet, etc.
- Gastos comerciales: su objetivo es dar a conocer la empresa para poder captar un mayor número de clientes/as.
- Seguros.
- Otros gastos (tributos).

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 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:	100	187	214	350	400	501	250	250	599	649	501	1.000	5.000
Materias primas	100	187	214	350	400	501	250	250	599	649	501	1.000	
Gastos variables:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subcontrataciones													
Otros													
Gastos fijos:	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	14.832
Promoción comercial	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Servicios Exteriores (gestoría)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372	4.464
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288
Gastos de constitución, Registros, Diligencias													0
Gastos I+D													0
Alquileres	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	6.720
Otros													0
TOTAL GASTOS y compras	1.336	1.423	1.450	1.586	1.636	1.737	1.486	1.486	1.835	1.885	1.737	2.236	19.832
Iva soportado	191	209	215	244	254	275	223	223	296	306	275	380	3.091
Total Pagos	1.527	1.632	1.665	1.829	1.891	2.012	1.709	1.709	2.131	2.191	2.012	2.616	22.923

Gastos de amortización

Los gastos de amortización se muestran en la siguiente tabla:

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	1.500	5	300
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.120	5	224
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			524
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	5.400	50	108
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	2.210	12	184
Equipamiento	800	15	53
Mobiliario	2.080	15	139
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			809

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		1.138	2.123	2.436	3.974	4.552	5.690	2.843	2.843	6.809	7.370	5.690	11.370
Prestamo a Corto Plazo		2.000											
Préstamo a Largo Plazo	20.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones de socio/a	10.500												
TOTAL COBROS	30.500	3.138	2.123	2.436	3.974	4.552	5.690	2.843	2.843	6.809	7.370	5.690	11.370
PAGOS:													
Pagos sueldos		2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574
Pago compras y gastos generales		1.527	1.632	1.665	1.829	1.891	2.012	1.709	1.709	2.131	2.191	2.012	2.616
Pago IVA a Hacienda								936			764		
Devolución capital préstamos		149	150	151	152	153	154	155	157	158	159	160	2.161
Pago intereses	400	185	143	141	139	137	135	133	131	129	127	125	123
Pago de las inversiones	19.328	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	19.728	4.435	4.499	4.531	4.694	4.755	4.875	5.507	4.570	4.991	5.815	4.870	7.474
FLUJO DE CAJA NETO	10.772	-1.297	-2.376	-2.095	-720	-203	815	-2.664	-1.727	1.818	1.555	820	3.896
SALDO FINAL DE TESORERÍA	10.772	9.475	7.099	5.003	4.283	4.081	4.896	2.232	505	2.324	3.879	4.698	8.595

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	2.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	40
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	5.000,00
Importe de Intereses:	76,64
Coste total operación:	5.076,64
Cuota Mensual (a):	173,05
Cuota Anual	2.076,64
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

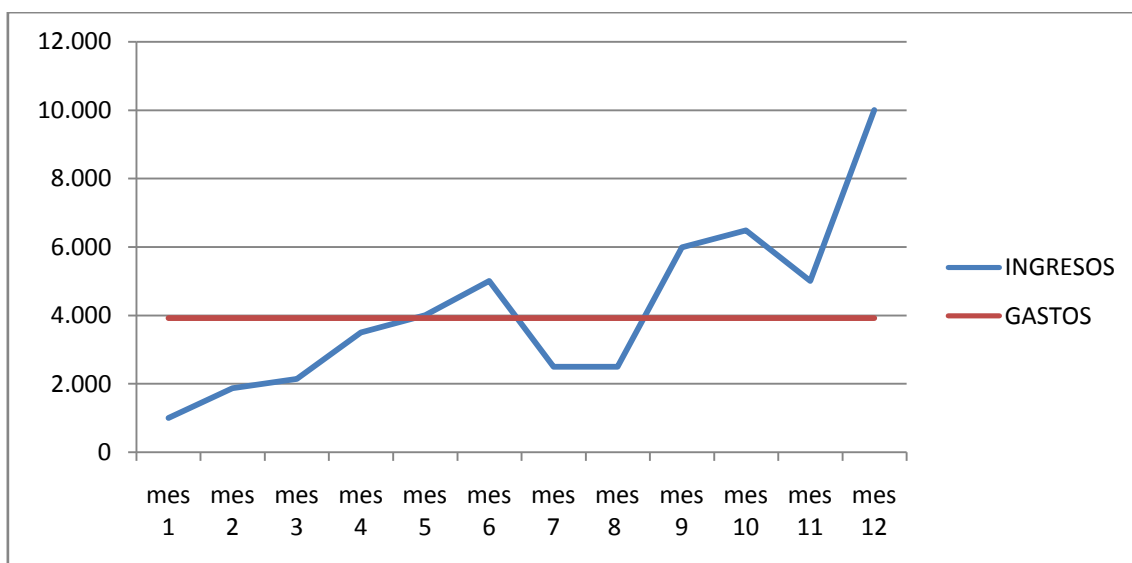
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

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	1.002	1.867	2.141	3.497	4.004	5.006	2.500	2.500	5.990	6.486	5.006	10.001	50.001
CONSUMOS	0	100	187	215	351	401	502	251	251	600	650	502	1.003	5.012
margen bruto	0	901	1.680	1.927	3.147	3.603	4.504	2.249	2.249	5.390	5.836	4.504	8.999	44.989
Gastos de personal	0	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	2.574	30.882
Gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos	0	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	14.832
Amortizaciones	0	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	1.333
Total gastos	0	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	3.921	47.047
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-3.019	-2.240	-1.994	-774	-318	583	-1.671	-1.671	1.469	1.915	583	5.078	-2.059
Gastos financieros	400	185	143	141	139	137	135	133	131	129	127	125	123	2.049
Beneficio antes de impuestos	-400	-3.204	-2.384	-2.135	-913	-455	448	-1.804	-1.802	1.340	1.788	458	4.955	-4.108
IRPF (20%)														0
RESULTADO DEL EJERCICIO	-400	-3.204	-2.384	-2.135	-913	-455	448	-1.804	-1.802	1.340	1.788	458	4.955	-4.108

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance de la empresa es el siguiente:

ACTIVO		PASIVO	
		Capital Aportado	10.500
Activo no corriente	13.277	Resultado del Ejercicio	-4.108
		Reserva legal (10 % de PyG)	0
Adquisición del terreno	0	Subvenciones	0
Edificios y Construcciones	5.400	Otros (detallar)	0
Instalaciones	0	Patrimonio Neto	6.392
Maquinaria	2.210		
Equipamiento	800	Préstamos bancarios a largo	16.126
Mobiliario	2.080	Pasivo no corriente	16.126
Utilaje	500		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	1.000	Proveedores varios	0
Otros (proyectos técnicos)	0	Préstamos bancarios a corto plazo	2.014
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-809	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	1.974
Inmovilizado material	11.181	Hacienda Pública (acreedor por IRPF)	0
Gastos de I+D	0		
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.500		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.120		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-524		
Inmovilizado inmaterial	2.096		
Existencias, materias primas...	1.488		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	3.147		
Clientes	0		
Tesorería	8.595		
Activo corriente	13.230	Pasivo Corriente	3.989
ACTIVO	26.506	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	26.506

Los datos correspondientes a los ratios son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,32
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	9.240,69
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	3,15
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	-4,12%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,32
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	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	-8%
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	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	47.047,17

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio, que se define como el punto en que los ingresos totales recibidos se igualan a los costes asociados con la venta de los servicios. Si el servicio se vende en mayores cantidades que las que arroja el punto de equilibrio, la empresa percibirá beneficios. En este caso, esta cifra corresponde a 47.047,17 euros.

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

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	25%	17%	14%	6%
Crecimiento de la cifra de consumos	25%	17%	14%	6%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	25%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	171%	56%	11%	18%

En el segundo año de actividad de la empresa, ésta prevé alcanzar un nivel de facturación equivalente al 60% de la facturación media los salones de peluquería y

estética en España, tal y como se ha mencionado en el apartado 7.3. En el tercer año la empresa prevé alcanzar el 70% de dicha facturación.

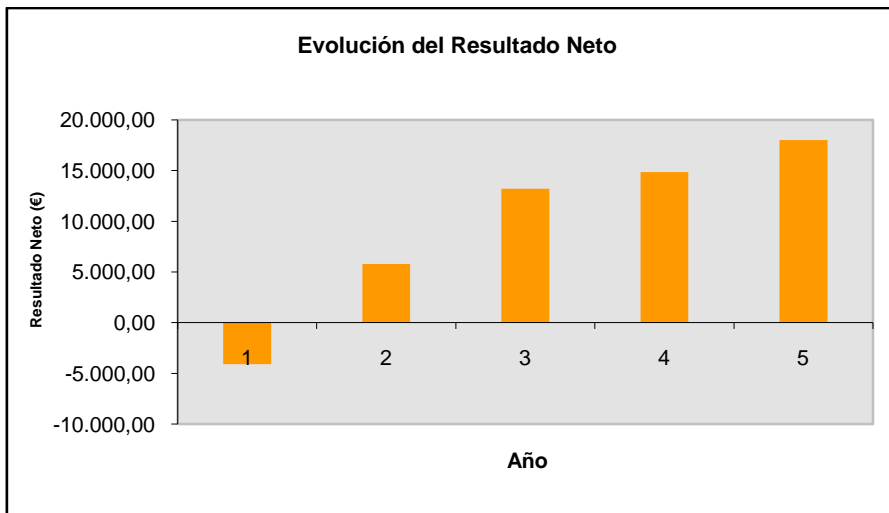
En el cuarto año, la empresa tiene previsto alcanzar el 80% de dicha facturación media. Sin embargo, para conseguir esto, es necesaria la contratación de un/a esteticista a media jornada, con el objetivo de incrementar la capacidad productiva.

En el quinto año la previsión de ingresos se sitúa en torno al 85% de la facturación media de las empresas de peluquería y estética. No se estima que la empresa alcance unos niveles de facturación mayores debido a que no oferta servicios de peluquería.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	50.000,81	62.401,01	72.759,58	83.149,65	88.388,07
Consumos	5.012,27	5.162,64	5.317,52	5.477,04	5.641,35
margen bruto	44.988,54	57.238,37	67.442,06	77.672,60	82.746,72
% margen bruto sobre ventas	0,90	0,92	0,93	0,93	0,94
Gastos de personal	30.882,00	31.499,64	32.129,63	40.001,39	40.801,42
Gastos variables mensualmente:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de activos	1.333,17	1.333,17	1.333,17	1.333,17	1.333,17
Gastos fijos:	14.832,00	15.128,64	15.431,21	15.739,84	16.054,63
Total gastos	47.047,17	47.961,45	48.894,01	57.074,40	58.189,22
Beneficio antes de impuestos e intereses	-2.058,63	9.276,93	18.548,05	20.598,21	24.557,50
Gastos financieros	2.049,42	2.049,42	2.049,42	2.049,42	2.049,42
Beneficio antes de impuestos	-4.108,05	7.227,50	16.498,63	18.548,78	22.508,08
IRPF	0,00	1.445,50	3.299,73	3.709,76	4.501,62
RESULTADO DEL EJERCICIO	-4.108,05	5.782,00	13.198,90	14.839,03	18.006,46

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: 2 meses.
- 3 Acondicionamiento de las instalaciones: 3 meses.
- 4 Elaboración de la cartera de servicios que se van a prestar: 1 mes.
- 5 Contratación de la elaboración de una página web: 2 meses
- 6 Campaña de marketing inicial: 6 meses.
- 7 Búsqueda y contratación de personal: 2 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	Acondicionamiento de las instalaciones
4	Elaboración de la cartera de servicios
5	Contratación de la elaboración de una página web
6	Campaña de marketing inicial
7	Búsqueda y contratación del personal

Responsable de las actividades: Persona promotora.

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definida su imagen corporativa, la cual va a potenciar a través de la web corporativa donde se insertarán imágenes de los servicios y en un futuro, comentarios positivos de usuarios/as.
- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez que se hayan acondicionado las instalaciones y obtenido la financiación.
- Plan económico-financiero
 - Aportaciones de la persona emprendedora.
 - Búsqueda de financiación ajena.
- Plan de legalización de actividades
 - Jurídico
 - La forma jurídica empresario/a individual no tiene legislación específica. En su actividad empresarial, está sometido a las disposiciones generales del Código de Comercio de 1885 en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil Español en materia de derechos y obligaciones.
 - Solicitud de licencia de apertura.
 - Contrato de alquiler de local y apertura de cuenta en entidad financiera.
 - Suscripción de seguros obligatorios.
 - Fiscal
 - Alta en censo de actividades económicas.
 - Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) para autónomos/as.
 - Laboral
 - Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
 - Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
 - Afiliación y alta del/la empleado/a.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN: CENTRO DE ESTÉTICA

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.

Actividad: Salones de Peluquería e Institutos de belleza (972)

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

CENTRO DE ESTÉTICA: ACTIVIDAD INOCUA -----Salones de peluquería e institutos de belleza (972)

