



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

2015/2016

TRABAJO FIN DE GRADO

“CENTRO DE ESTETICA, FORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN”

ESTUDIO DE VIABILIDAD DE CENTRO DE ESTÉTICA CON FORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN:

“ALEJANDRA REVERT-PRONAILS”

FEASIBILITY STUDY OF AN AESTHETICS CENTER WITH TRAINING AND DISTRIBUTION CAPABILITIES:

“ALEJANDRA REVERT-PRONAILS”

RODOLFO COTERILLO RUISÁNCHEZ

Tutor:

Dra. BEGOÑA TORRE OLMO

FEBRERO 2016

INDICE

RESUMEN EN ESPAÑOL.

RESUMEN EN INGLÉS.

1.- INTRODUCCIÓN, MOTIVACION Y JUSTIFICACION DEL TRABAJO	6
2-PRESENTACIÓN DE LA MARCAS	7-9
2.1. Presentación e historia de Pronails	7
2.2. Productos y servicios de formación Pronails	8
2.3. Presentación e historia de Diego Dalla Palma	9
3.- SITUACIÓN DEL SECTOR PELUQUERÍA Y ESTÉTICA EN ESPAÑA Y CANTABRIA	10-11
4.- ESTUDIO DEL ENTORNO	12-19
4.1. Entorno Económico general	12-15
4.2. Entorno Económico del municipio (Santa María de Cayón)	15-17
4.3. Análisis Demográfico	17-18
4.4. Análisis del Mercado Laboral	18-19
5.- CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO	20-23
5.1. Constitución y órganos de funcionamiento	20-21
5.2. Nº de socios y aportaciones de capital y responsabilidad	22
5.3. Contabilidad y fiscalidad	22-23
6.- ESTUDIO DE LAS POSIBILIDADES DE FINANCIACIÓN	24-26
6.1. Microcréditos ICAF a través de Caja rural	24-25
6.2 .Microcrédito SOGARCA	25-26
6.3. Requisitos y condiciones de financiación de SOGARCA para nuestro proyecto de inversión	26
7.- ANÁLISIS FINANCIERO	27-31
7.1. Cálculo de la inversión necesaria	27
7.2. Análisis de los flujos de ingresos y gastos	28-31
7.2.1. Tabla de precios y servicios	28
7.2.2. Flujos de ingresos	28-29
7.2.3. Flujos de gastos	29-30
7.2.4. Cálculo de la viabilidad económica del proyecto	30-31
7.3. Préstamo solicitado	31
8.- CONCLUSIONES	32
9.-BIBLIOGRAFIA	33-34
10.- ANEXOS	35

RESUMEN ESPAÑOL.

En este trabajo se va a realizar un plan de viabilidad, en relación con la empresa “Alejandra Revert – Pronails” para la ampliación de su actividad tras la apertura de un nuevo centro en el municipio de Santa María de Cayón, más concretamente al pueblo de Sarón.

La empresa “Alejandra Revert – Pronails” se dedica a la realización de trabajos de estética tales como manicura o maquillaje y a venta de productos cosméticos, para lo que trabaja con una de las mejores marcas actualmente en el mercado y recientemente se ha adjudicado la distribución de la zona norte abarcando de esta forma las provincias de Asturias y Cantabria.

Además, como parte del contrato con la marca distribuidora “Pronails”, necesita dar clases de formación, por lo que necesita un local de mayor tamaño que el actual en Santander, y así utilizarlo tanto como centro de trabajo como de formación.

En Sarón, el nuevo negocio debe cubrir las tres actividades dichas anteriormente:

- 1-Negocio de estética
- 2-Distribución del producto
- 3-Formacion

Para este estudio y después de presentar, se realizara un estudio del municipio de Santa María de Cayón, con el objeto de tener datos concretos sobre las posibilidades del entorno en el que se ubicara el negocio. (Situación del mercado laboral en la zona y posibilidad demográfica). Posteriormente se hace una descripción en el capítulo 3, de la situación económica general y del municipio.

Para la viabilidad del proyecto, es necesario un préstamo de 30.000€. Al tratarse de un autónomo es prácticamente nula la posibilidad de financiación. Esta ha sido la que consideramos principal aportación de nuestro trabajo, la búsqueda, análisis y estudio de las posibilidades de financiación que se explican en el capítulo 5.

Cabe resaltar que los datos fueron presentados en SOGARCA a finales de diciembre, obteniendo una respuesta favorable de dicho organismo.

RESUMEN INGLES

This essay will contain a viability plan that will study the effect of a business expansion over the company “Alejandra Revert – Pronails”, regarding the opening of a new center in the municipality of Santa Maria de Cayón, specifically in the village of Sarón.

The “Alejandra Revert – Pronails” company is dedicated to the realization of aesthetic work, such as manicure or makeup, and the sale of cosmetic products through cooperation with one of the best brands of their market. They’ve recently obtained the distribution privileges of their partners in the northern area of the country, more concretely the autonomous communities of Asturias, el País Vasco and Cantabria.

Furthermore, as part of the contract with the supplying brand abovementioned, the company must give training lessons, so they require a bigger emplacement than their current one in Santander to fit this purpose.

Consequently, the new center in Sarón must cover these three previously mentioned activities:

1. Cosmetics shop,
2. Product distribution,
3. Formation.

This plan will require a research of the municipality of Santa María de Cayón, so as to obtain specific data about the business opportunities provided by the new location (Labor market situation in the area and demographic potential). A detailed description will be made later within the third chapter of this paper.

In order for the project to be viable, a 30.000€ loan is required. However, considering the fact the applicant is a freelancer, the chances of obtaining a credit are pretty scarce. This has been what we consider our greatest contribution to this essay: the search, analysis and study of the financing opportunities detailed in the sixth chapter.

It shall be noted that the data were presented in SOGARCA by the end of December, obtaining a favorable reply from this organization.

1. INTRODUCCIÓN / OBJETIVO

En el siguiente trabajo, se va a realizar un plan de viabilidad de una de un centro de estética, el cual se abrirá en el municipio de Santa María de Cayón, Bajo la dirección de la emprendedora Alejandra Revert, lo cual bajo mi punto de vista personal, es algo muy importante para ambos, ya que por un lado la emprendedora podrá tener un plan de negocio antes de comenzar su actividad con la intención de ver ventajas e inconvenientes en todos sus ámbitos, y por mi parte , tengo la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en mis estudios a un plan real de negocio, lo que me servirá para tener una primera experiencia sobre lo que es crear un empresa o ser emprendedor.

En este nuevo centro de estética se va a realizar a parte de trabajos de estética tradicionales, distribución de productos de la marca "Pronails" y formación, lo cual es un punto muy a tener en cuenta dentro de la viabilidad de la empresa, debido a que esta va a dedicar gran parte de su actividad a dar formaciones propias de las dos líneas cosméticas que distribuye "Pronails"y "Diego Dalla Palma", aunque esta última con mucho menos peso. Además de esta formación específica de las marcas, impartiremos formaciones especializadas en:

- Esmaltado semipermanente
- Esculpido de Gel Esculpido de Acrílico
- Extensiones de pestañas
- Maquillaje
- Tratamientos faciales y corporales

Esto además servirá a la empresa para distinguirse de la competencia ya que no hay en la zona más centros de estética con distribución oficial de esta marca y tampoco con formación especializada, por lo que esto es un sello distintivo que se va a utilizar como un valor añadido, ya que mucha gente confiara sin problemas en algo avalado por una de las marcas lideres en el mercado de la estética desde hace años.

Para ello, debe conseguir un local con buena situación geográfica para la distribución, para lo cual el municipio de Santa María de Cayón es idóneo ya que está en una situación céntrica de las principales ciudades de la zona norte, salvando distancias, como son Santander, Torrelavega, Bilbao o Burgos y su consiguiente almacenamiento de producto, además de ser necesario que conste con buen espacio, principalmente impartir los cursos de formación privada ,tanto a profesionales de la estética que requieran formación continua como a personas iniciadas en este campo que quieran aprender, que va a realizar a través de la formación tripartita, lo cual permitirá a los interesados acceder a esta formación en buenas condiciones económicas.

Con todo esto, el principal objetivo del este estudio es verificar que tanto desde el punto de vista financiero como comercial es posible la viabilidad de este nuevo centro de estética, y de esta manera intentar convertirnos en el referente de la zona norte en lo que se refiere a formación de profesionales y distribución de productos bajo la tutela de la marca "Pronails".

2-MARCA PRONAILS

2.1-PRESENTACION PRONAILS

Pronails, marca con la cual nuestra emprendedora Alejandra Revert va a establecer para la creación de su negocio una relación o franquicia para distribuir sus productos e impartir formación de sus diferentes tipos de formación en uñas, se dedica a la creación de productos de alta calidad para el cuidado de las manos, las uñas y los pies, y ofrece enseñanza y servicios de mantenimiento profesional superior.



Sus socios, como es nuestro caso, son exclusivamente especialistas de belleza y estilistas de uñas, aunque desarrolla productos para realizar estos cuidados en el hogar, suministrados generalmente por estos mismo socios.

Su objetivo es combinar calidad y fiabilidad con inspiración y diversión, consiguiendo de esta forma que sus consumidores se sientan seguros del producto utilizado y al día en lo que a modas y tendencias se refiere.

En su continuo desarrollo y colaboración con profesionales, tiene como principal objetivo convertirse en la marca líder en lo que se refiere a cuidados de manos, uñas y pies.

Pronails, la cual actualmente tiene su sede en Brasschaat, el nort-este de Amberes, con una filial en Paris (Francia) se fundó en 1981 de la mano de Catherine Claus, que fue quien fundó la primera empresa manufacturera de productos relacionados con el cuidado de uñas. Su fuerte espíritu emprendedor y creatividad provocaron el crecimiento de la empresa convirtiéndola en líder del sector en Europa.

Hace pocos años, en 2009, la empresa fue adquirida por Paul Parein, quien puso como objetivo principal, innovar en los productos y expandir ventas, para llegar a lo que es hoy en día, una marca que cuenta aproximadamente con 100 empleados y distribuidores independientes de la marca en 45 países.

2.2-PRODUCTOS Y SERVICIOS DE FORMACION

Anteriormente bajo la marca “Professionails” y actualmente como “Pronails” – la empresa colabora con estilistas de uñas profesionales para satisfacer a sus consumidores y para ello ofrece gran cantidad de productos como son:

- Esmaltes de uñas
- Arte en las uñas
- Gel de uñas
- Cremas para cuidados de pies y manos
- Utensilios

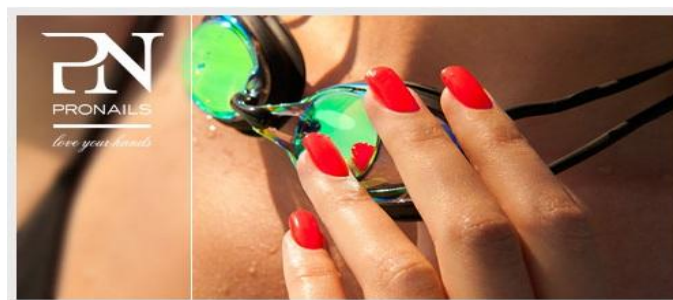


Productos cualitativos como Pro Nature, Gellak, Perfection y Sopolish son el sello distintivo de la marca, además de su calidad y variedad de colores lo cual constituye un valor añadido.

En lo que se refiere a formación, Pronails ofrece diferentes cursos, tanto para estilistas con un nivel medio que aprenden por afición, como para profesionales del mundo de las uñas.

Además, cuenta con la posibilidad de participar en un curso intensivo básico en lo que aprenderá la técnica consejos y trucos para lanzar su carrera como estilista de uñas, o si lo prefieres cursos más breves y específicos sobre algún producto de la marca.

En resumen es una marca con gran variedad de productos que permite tanto a particulares, cuidar sus manos y pies, como a los profesionales desarrollar su trabajo con los mejores productos, y un amplio catalogo en formación sobre uñas a través de los cuales muchos profesionales ven mejorados sus habilidades en este ámbito.



2.3-PRESENTACION DIEGO DALLA PALMA

En este apartado vamos a realizar una pequeña presentación sobre la marca “Diego Dalla Palma” una de las marcas pioneras en el mundo de la estética y con la cual, en nuestro centro de estética, impartiremos cursos de formación sobre alguna materia concreta, aunque con mucho menos catalogo e importancia que “Pronails”, la principal marca con la que trabajaremos tanto en distribución como en formación.

“Diego Dalla Palma” es un grupo que reúne la combinación de diferentes habilidades, como son la de investigación con la empresa SKINLAB RVB, industria cosmética científica y tecnológica y el mito de la propia marca de fama mundial, conocida por su estilo innovador.

Esta alianza, aunque creada recientemente, ya trabaja con millones de clientes que buscan el glamour italiano y la fiabilidad de la investigación científica con el programa bio-rejuvenecedor creado entre los esteticistas y científicos, han conseguido una serie de terapias dirigidas a la restauración del bienestar de las mujeres a largo plazo.



Estas innovaciones son el resultado de intensos esfuerzo de investigación, así como de colaboración con la comunidad científica y universitaria. Todas ellas serán evaluadas en el centro técnico de RVB, y no es de extrañas que sea una de las pocas marcas que apuestan por la investigación, ya que cuenta con más de 50 años de experiencia en el campo de la estética con el objetivo siempre de crear productos de futuro.

Creatividad, sofisticación y belleza, valores que identificamos con la empresa, pueden ser perfectamente los valores que han hecho famosos los productos italianos en todo el mundo, por estos valores, además de por su sencillez e innovación, es una marca conocida en los cinco continentes.

3. SITUACIÓN DEL SECTOR PELUQUERÍA Y ESTÉTICA EN ESPAÑA Y CANTABRIA.

Antes de comenzar con el estudio del entorno de nuestra empresa, vamos a ver la situación del sector de peluquería y estética, el cual ha cambiado respecto a años anteriores.

A nivel nacional, el sector de la belleza vivió unos primeros meses del año bastante esperanzadores debido al repunte del consumo y el comienzo de una mejoría en la economía de las familias. Según datos publicados en la feria Cosmobelleza 2015, a través de su presidente, Carlos Rodríguez, la facturación se redujo en 428 millones de euros y tanto el sector cosmético como el de peluquerías redujeron un 5,6% y un 5,2% sus ingresos, situando las ventas totales en 7.000 millones de euros.

Además, a diferencia del sector de las peluquerías, en el cual la mayoría de los comercios se encuentran a pie de calle, dentro del sector de estética, dos tercios de los centros se encuentran en "economía sumergida" lo que no favorece en absoluto al sector. El último año nos dejó un gasto medio por persona en cosmética o maquillaje de 25,9€ que se espera superar en este año 2015 y sucesivos.

Observando el informe creado por STANPA (Asociación Nacional de Peluquería y Cosmética), podemos ver un poco más al detalle la situación actual del sector:

- El sector de la peluquería en España que da empleo a más de 140.000 personas en más de 50.000 salones necesita adaptarse al nuevo modelo de negocio que se basa en 4 grandes ramas: Peluquería clásica (35% del sector) boutique especializada (3,5%) salones low cost y el autoempleo.
- Dentro del sector, han aumentado en los últimos años los salones low-cost, ya que con los precios que ofrecen captan una gran cantidad de clientes por lo que han llegado a tener un 13,5% en el sector con unos 13.000 salones de este estilo, al igual que ocurre con el autoempleo, que en estos momentos constituye un 30 % con más de 15.000 personas por cuenta propia en este negocio.
- El negocio de la estética cuenta principalmente con mano de obra femenina y en su gran mayoría está formado por micro y pequeñas empresas que generan empleo y dinamizan de alguna forma el mercado laboral español.
- Uno de los principales problemas que tuvo el sector, fue la subida del I.V.A en el año 2012, en 13 puntos, aumentándolo del 8% al 21% dio lugar a una gran bajada del volumen de negocio. En 2011 se generaban unos 5.000 millones de euros al año y en la actualidad con muchos más negocios abiertos, encontremos una facturación de 3.300 millones de euros al año, por lo que podemos afirmar que el volumen de negocio dentro del sector se ha reducido en un 34%.
- Este incremento del I.V.A con su consecuente aumento del precio, ha supuesto que las visitas a los salones de belleza se hayan visto reducidas con respecto a 2011 en un 23% al igual que el gasto medio por visita que se redujo en un 18%, pasando de 29,60€ en 2011 a unos 24,10 € en la actualidad.

- Todo esto, que crea una delicada situación dentro del sector ha supuesto que tanto la ubicación, que últimamente abundan los pisos particulares, como la presencia de un único trabajador autónomo, el cual es dueño del negocio, haya aumentado de tal manera que haya pasado a ser un modelo de negocio, siendo utilizado por un 42% de los salones que actualmente hay en España.
- Por si fuera poco, la mayoría de los empresarios están optando por asumir la subida del I.V.A, total o parcialmente, y de esta forma intentar mantener los clientes.

Desde la asociación nacional de peluquería y cosmética se recuerda, después de este informe, que la sostenibilidad de este negocio pasa por dar más capacidad de gestión al autónomo y reducir el tipo impositivo al tipo mínimo actual del 12%, ya que repercutiría de forma positiva y directa en la rentabilidad de los salones.

Refiriéndonos a la comunidad autónoma de Cantabria, la situación del sector es muy similar a la que nos encontramos a nivel nacional, aunque a partir de este año se espera una mejoría después de haber superado momentos duros estos últimos años.

Según la ACIP (Asociación Cántabra de Imagen Personal), la situación de crisis unido al incremento del I.V.A , al igual que a nivel nacional, han sido los factores que más han afectado a los centros de estética cántabros y han producido que en los dos últimos años se hayan cerrado 250 salones de belleza.

Como manifiesta el presidente de la asociación, Rodolfo del Barrio, este aumento se hizo con la idea de recaudar más y lo único que ha conseguido ha sido acabar de destrozando el sector que ya estaba muy tocado por la crisis. Además, se muestra pesimista de cara al futuro de los 80 salones de peluquería de la comunidad cántabra, ya que, “o el gobierno se decide a bajar el I.V.A como se va a intentar en otros ámbitos, o el sector de peluquería y estética va irremediablemente camino del hoyo” según sus palabras.

En el año 2012, Cantabria contaba con 650 salones de peluquería y estética, cerrando 250 de ellos en los 2 últimos años, lo que el personal laboran que en trabajaba en ellas se encuentran en desempleo, la mayoría de ellas mujeres, el cual es uno de los motivos que puede dar explicación al aumento del autoempleo dentro del sector.

A parte de los salones de la peluquería y estética, lo que se refiere a distribución de productos también ha sufrido las consecuencias de estas medidas como afirma Pedro Solana, dueño de dos peluquerías en Santander que tuvo que cerrar y también en el negocio de la distribución de productos de peluquería y estética, quien afirma que “las ventas han disminuido en algunos momentos de estos 2 años hasta un 80%”.

Según los profesionales del sector, la época de novias es su salvación en estos momentos, ya que peinar, maquillar y hacer la manicura a las novias supone unos 300€, y con los ingresos que se obtienen en esa época se compensa los demás esfuerzos que se realizan durante el año, como es no repercutir la subida del I.V.A a los clientes y hacerse cargo el propio dueño del negocio.

Al igual que en España , a esto hay que sumarle el problema de la competencia desleal, debido a que la gente abre su negocio en casa, ofreciendo los mismos servicios por menos dinero ya que no pagan impuestos, y esto, para los profesionales es un gran problema que deben buscar solución por el bien del sector.

4. ESTUDIO DEL ENTORNO

En este estudio de viabilidad, previamente al apartado de financiación del negocio, vamos a realizar un estudio de la demografía de la zona, económico y sobre el mercado laboral, para ver las posibilidades presentes y futuras de la nueva zona de negocio.

4.1 ENTORNO ECONÓMICO GENERAL

Las mejoras en la facilidad para la obtención del crédito están teniendo como consecuencia una reactivación del mercado.

Según el Banco central Europeo, a través de una encuesta realizada a empresas entre los meses de abril y septiembre del año 2015, en la cual comentan su situación financiera y sus necesidades de financiación además de las condiciones en las que esta se obtiene vamos a ver una serie de datos que confirman esta mejoría en el mercado.

En el caso de las Pymes españolas, hablando de los efectos positivos de esta mejoría, a grandes rasgos según los datos obtenidos, se ha producido un aumento en las ventas, el cual se sitúa en un 27% en relación al 11% anterior. Todo esto acompañado en un descenso en los costes, lo que ha permitido por primera vez desde que se realiza esta encuesta que los beneficios crecieran en un 6%. En el siguiente grafico podemos ver esto a modo resumen:

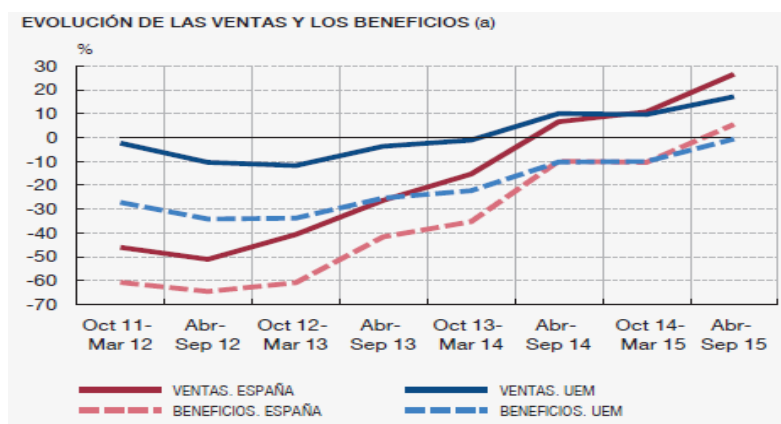


Grafico 4.1. Fuente: BANCO DE ESPAÑA

En relación a los principales problemas a los que se enfrentan estas PYMES, encontramos en los dos primeros lugares, la falta de clientes (según el 29% de las empresas) y la competencia (según el 18 %) quedando el acceso a financiación en 4º lugar (con un 11%) que es el mejor resultado en este aspecto desde el comienzo de esta encuesta en 2009.

Consecuentemente con estos resultados, la proporción de PYMES españolas que solicitaron financiación externa a las entidades financieras aumentó en 3 puntos, situándose en un 36%, siendo una cifra superior incluso que la media de la zona europea. Vemos a continuación un grafico de la evolución que ha tenido la disponibilidad de préstamos .

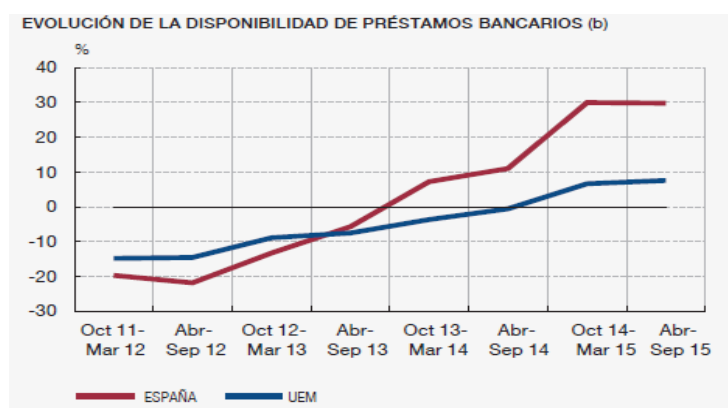


Gráfico 4.2. Fuente: BANCO DE ESPAÑA

En relación a las condiciones de financiación los resultados fueron en su mayoría positivos, ya que según un 29% de las empresas, los tipos de interés han descendido en bastante proporción y los costes en los que incurren las empresas, sin tener en cuenta intereses, han descendido en 2 puntos situándose en el 10% al mismo tiempo que la concesión de créditos aumenta pasando de un 13% a un 19% las Pymes que así lo consideran.

Los plazos de vencimiento se vieron ampliados según un 6% de las empresas encuestadas, lo que supuso ser el semestre consecutivo que se encuentran resultados positivos en este aspecto. Además, las garantías requeridas por los bancos siguen descendiendo paulatinamente. Observamos todos estos aspectos en el siguiente gráfico:

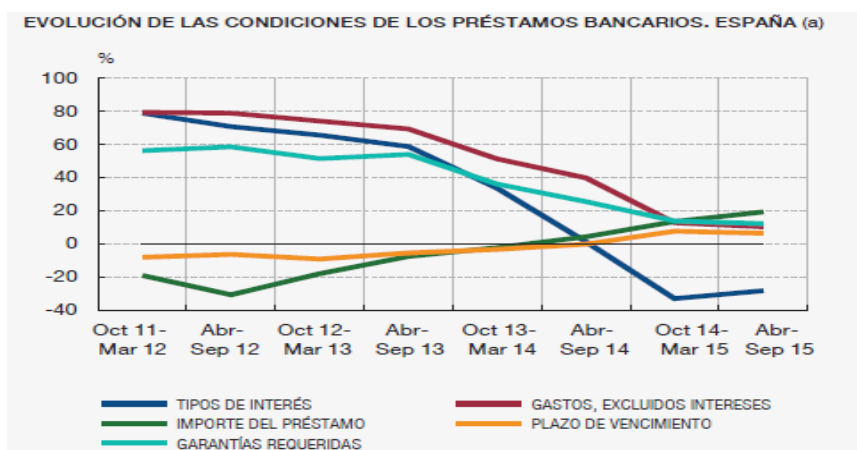


Gráfico 3.3. Fuente: BANCO DE ESPAÑA

En relación a todos los datos anteriores, se evidencia una mejoría en el acceso de las pymes españolas a la financiación en el semestre de Abril de 2015 a Septiembre de 2015. Con esta progresiva recuperación de su actividad y situación económica, lo que conlleva una mayor disponibilidad de recursos y financiación, podemos pensar o creer en unas expectativas favorables de cara al futuro, y según las PYMES, esta mejoría en el acceso a la financiación seguirá evolucionando positivamente entre octubre de 2015 y marzo de 2016.

A nivel nacional estos son algunos de los más importantes indicadores macroeconómicos:

-Crecimiento del PIB: La tasa de crecimiento del PIB durante el cuarto trimestre ha sido del 0,8%, siendo esta idéntica a la registrada en segundo trimestre (0.8%); así mismo la tasa de variación interanual o de crecimiento del PIB ha sido de un 3,5%, una decimas por encima del 3,4% del trimestre precedente.

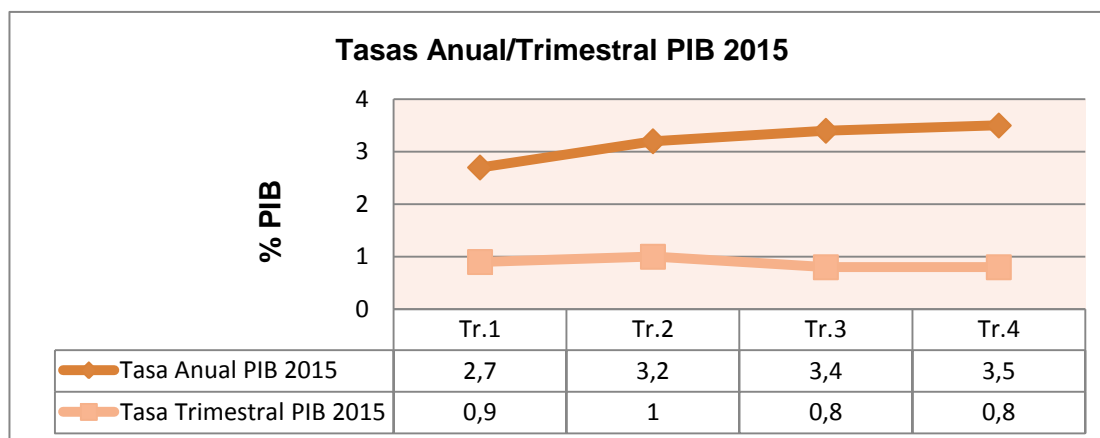


Grafico 4.4. Fuente: INE

-Crecimiento del consumo de las familias: La escasez de liquidez de las familias se refleja en el índice del IPC, el cual acumula una pérdida anual del 0,3% en el mes de enero, situándose tres decimas por debajo en relación al mes anterior.

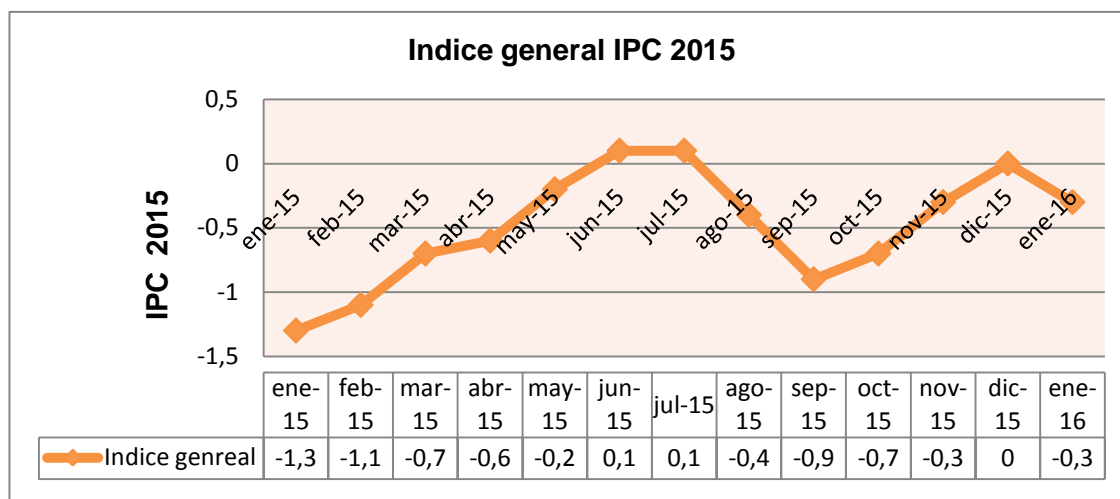


Grafico 4.5. Fuente: INE

-Tasa de desempleo: tras varios meses en los que la tasa de desempleo se ha ido reduciendo en el mes de agosto, según la EPA del cuarto trimestre, continuamos en diciembre con esta dinámica, ya que la tasa de paro se sitúa en el 20,90%, lo que supone 0.29 puntos menos que en el trimestre anterior. En el último año esta tasa ha descendido en 2,81 puntos.

Estos datos a nivel nacional son muy similares a los registrados en nuestra comunidad en el 2015. El PIB de nuestra región, en el tercer trimestre, ya que no contamos con datos del cuarto aun, se sitúa en un 2,77%, lo que significan 0,28 puntos más que en el anterior.

El índice de precios al consumo ya hablando del cuarto trimestre refleja una tasa de variación anual de -0,4% y la tasa de paro durante este periodo del 2015 se ha situado en el 17,71%, lo que supone 3,19 puntos menos que a nivel nacional, aunque en relación al tercer trimestre de la comunidad de Cantabria ha aumentado en 1,52 puntos.

4.2. ENTORNO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO (SANTA MARÍA DE CAYÓN)

La clientela a la que se va a dirigir nuestro negocio de estética es bastante amplia, ya que cada vez son perfiles más variados los que acuden a centros relacionados con la estética. A la hora de realizar un estudio del mercado real, vamos a tener en cuenta el paro de la zona o la población femenina como ya vimos anteriormente, además de estudiar nuevas variables como pueden ser la renta per cápita en la zona, ya que nos dará una visión general sobre el posible consumo, además de observar la población activa.

Dentro de este análisis del mercado real y potencial, vamos a distinguir entre factores que afectan al entorno macroeconómico de la compañía, como son el nivel económico de la zona y los factores demográficos, y el microentorno, centrándonos más en la situación del sector o de la competencia.

Como vimos en el análisis del mercado laboral, tanto en el municipio de Cayón como en la región de Cantabria el paro ha aumentado en los últimos 5 años, al igual que nos ocurre con la población femenina. Esto nos beneficia como empresa si nos referimos a la formación, ya que habrá más parados con intención de formarse y al haber más población femenina cada año, tendremos más consumo y posiblemente también más posibilidades de dar formación.

4.2.1- Entorno Macroeconómico

Centrándonos primero en los datos generales, vemos que la situación económica del municipio de Santa María de Cayón no es mala, incluso podríamos afirmar que está mejor que años atrás, ya que como vemos en la siguiente tabla, tanto la renta per cápita de la zona, como bruta, va aumentando año tras año.

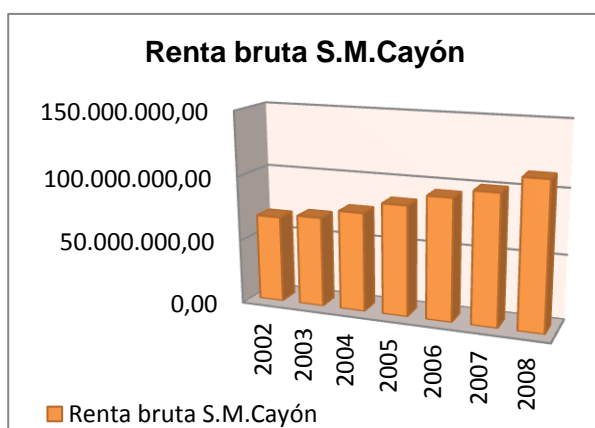


Grafico 4.6. Fuente: ICANE

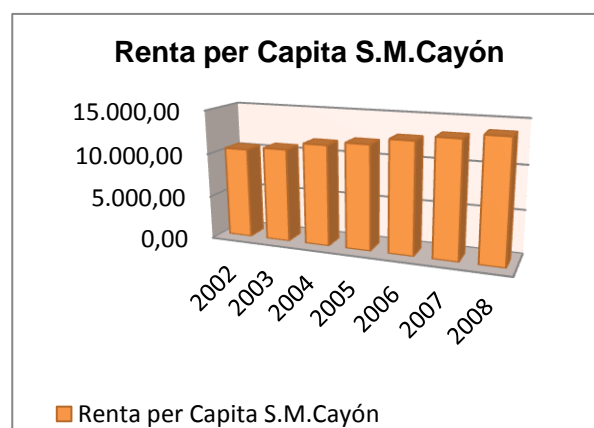


Grafico 4.7. Fuente: ICANE

Estos datos nos conducen a tener expectativas positivas en lo que se refiere al consumo dentro de nuestro nuevo negocio, ya que si hay más dinero en la zona, la población tendrá menos problemas en gastar y el movimiento de dinero será mayor, lo que en principio nos favorece.

En cuanto a los factores demográficos de la zona, como vimos anteriormente en el estudio del entorno, la población total, además de la población femenina que es nuestro principal cliente o cliente mas real y al igual que la renta tanto bruta como per cápita, ha aumentado en los últimos años, lo que nos aumenta las posibilidades de éxito de nuestro negocio ya que vemos aumentadas nuestras posibilidades de tener buena demanda de nuestros servicios en la zona.

Pensando un poco más en el mercado potencial o los segmentos de población a los que podemos llegar en un futuro, deberíamos hablar de la población masculina, debido a que aunque actualmente únicamente se ve una mayor preocupación en los hombres por su estética, en pocos años serán un grupo de clientes más a tener en cuenta.

Tras el análisis de la situación, podemos tener buenas expectativas de consumo y actividad en nuestro negocio, ya que la población de la zona aumenta, al igual que el número de mujeres en la zona, hay población en paro, dentro de la cual habrá gente que pertenezca a nuestro sector interesada en recibir nuestra formación especializada, y además el nivel económico es mejor en comparación a años anteriores según la renta tanto bruta como per cápita. A continuación, vamos a ver los principales factores que condiciona el entorno microeconómico.

4.2.2-Entorno Microeconómico

En este punto del estudio de nuestro mercado real, vamos a centrarnos en los dos principales puntos del microentorno que son la situación del sector en la zona, así como la competencia, para ver de esta forma si podríamos tener problemas en llegar a los nuestros consumidores por causas como pueden ser fidelidad a otras empresas, poco éxito de este tipo de negocio... En la siguiente tabla podemos observar que las empresas en la zona han aumentado, ya sean de personas físicas o sociedades de responsabilidad limitada.

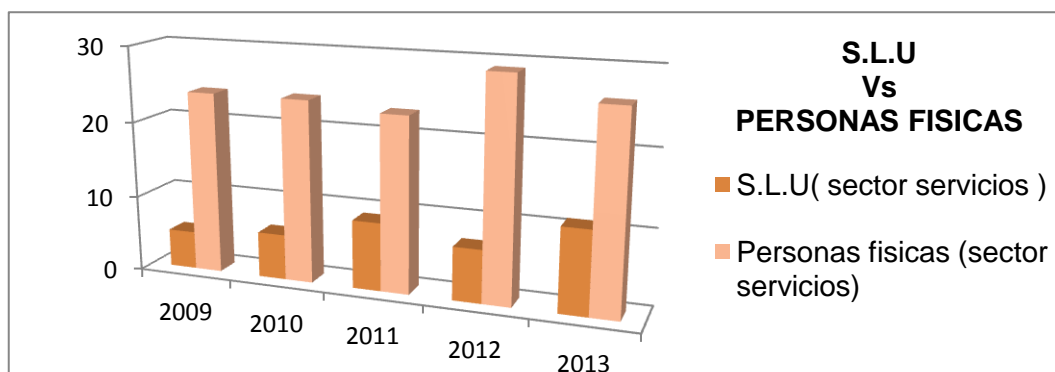


Gráfico 4.8. Fuente: ICANE

A la vista de estos datos, aunque el número de empresas de servicios crece en este municipio, en lo que se refiere a nuestro sector, únicamente cuenta con dos centros de estética, competencia más directa, siendo estos el salón de belleza Rosa Rueda y Aquabells. A priori no tendríamos una competencia muy fuerte y además podríamos

aprovechar nuestros exclusivos servicios de manicura, así como la formación que impartimos en ello, ya que ninguno de los otros dos centros cuenta con nuestros servicios de manicura y menos de una de las marcas pioneras en el sector, como es “Pronails”, lo que puede llegar a ser una ventaja.

En resumen y a la vista de los datos anteriores, tanto hablando del macro como del micro entorno, tenemos buenas expectativas de futuro y se cumplen los requisitos para llegar a nuestro mercado real, cuyo principal segmento es la población femenina a partir de los 18 años.

4.3 ANALISIS DEMOGRÁFICO:

Un primer paso para estudiar la viabilidad de nuestra empresa es estudiar la zona donde nos queremos implantar, en nuestro caso Sarón. Debemos ver la afluencia de gente del municipio, su crecimiento, así como su sexo y edad, para ver la posible cuota de clientes que podemos obtener en un futuro. Para ello vamos a empezar observando la población del municipio y su evolución.

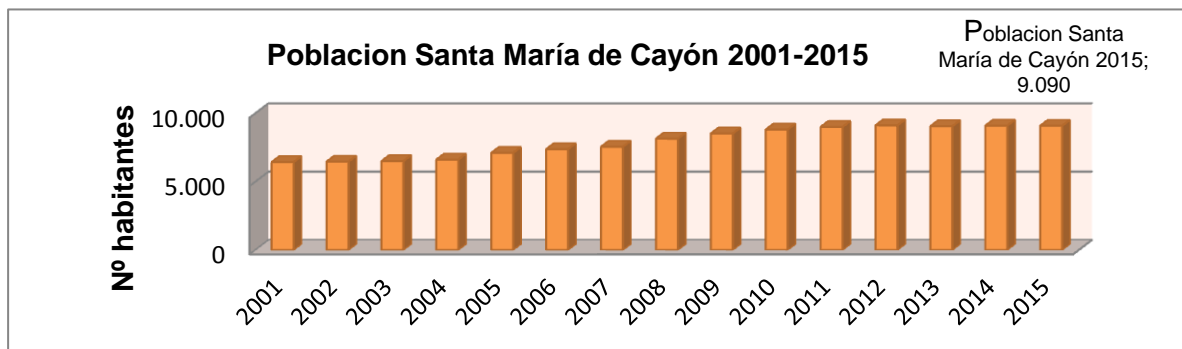


Grafico 4.9. Fuente: ICANE

Como se puede observar en el grafico del INE, la población en Cayón está en continuo aumento en los últimos 14 años, por lo que podemos afirmar que es una población en crecimiento y tener buenas expectativas de futuro, ya que para abrir un negocio es un factor a tener muy en cuenta.

Además conviene tener en cuenta la distribución de la población por sexos y edad, principalmente de la población femenina, ya que al tratarse de un negocio dedicado a la estética y productos cosméticos, nuestros clientes potenciales serán las mujeres, principalmente a partir de los 18 años.

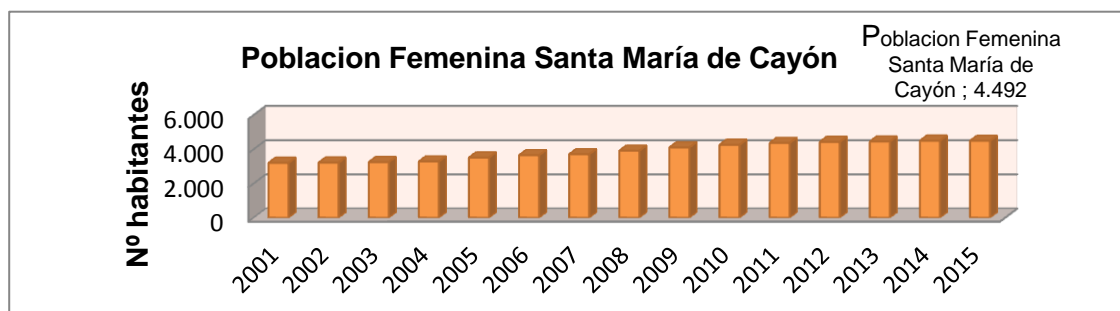


Grafico 4.10. Fuente: ICANE

Al igual que ocurre con la población en su conjunto, el número de mujeres ha aumentado progresivamente esta última década, por lo que a priori la zona demográficamente tendría muy buenas condiciones para establecer un negocio de este tipo.

4.4 ANÁLISIS MERCADO LABORAL

En relación a la situación del mercado laboral en el municipio se puede observar, que el número de parados a lo largo de los últimos años lleva la misma tendencia en el municipio que en la comunidad de Cantabria, aumentando desde el comienzo de la crisis hasta el año 2014 alcanzando su máxima cota, y empezando a disminuir a partir de ese momento.

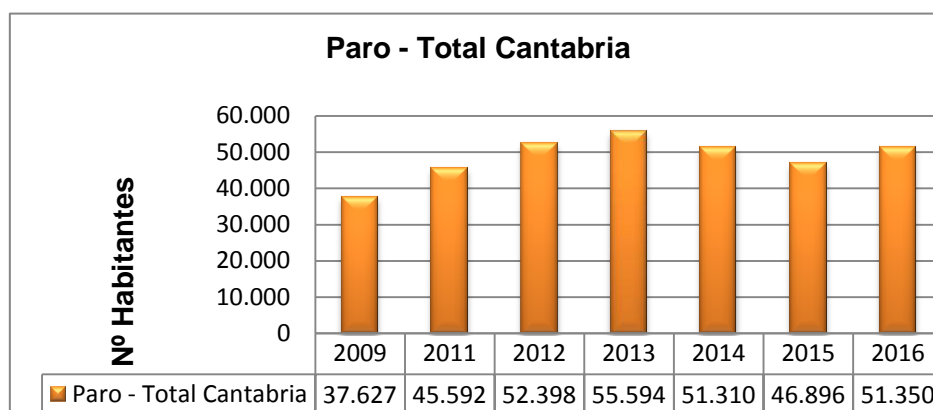


Grafico 4.11. Fuente: ICANE

Con los datos que vemos a continuación, podemos confirmar que la tendencia del paro en la comunidad al igual que en el municipio es la misma, y por lo tanto podemos decir que en el municipio se está creando trabajo, se crean nuevas altas en la seguridad social en general en todos los sectores, y esto en nuestro estudio de viabilidad es un punto positivo debido a que si hay más trabajo, hay más circulación de dinero y por lo tanto habrá más consumo en la zona que es algo muy importante a la hora de abrir un nuevo negocio y tener buenas expectativas de futuro.

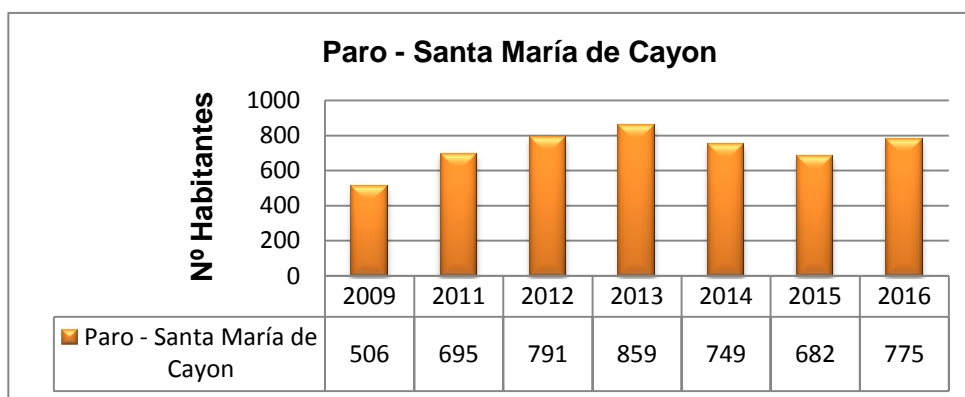


Grafico 4.12. Fuente: ICANE

En este apartado, y con el objetivo de dar sentido al negocio de la distribución en Sarón, vamos a ver la diferencia de precios entre alquilar un local en Santander en la zona centro, y alquilar nuestro local en el pueblo de Sarón, también en su núcleo de población, más o menos de unos 120 m², que es el espacio necesario para poder desempeñar las actividades de estética, distribución y formación.

Esto es importante debido a que al ser distribuidor oficial de las marcas “Pronails” y “Diego Dalla Palma” en la zona de Cantabria y Burgos necesita espacio para guardar cantidad de producto. Su buena localización debido a su cercanía y accesos a los puntos más importantes de estas comunidades y su bajo coste de alquiler en comparación con la Santander, son puntos muy positivos en este ámbito del estudio. Vamos a comparar ahora diferentes alquileres:

Para comparar el precio medio de un local comercial de alquiler en Santander, en una zona más o menos transitada, hemos elegido dos de los anunciados en internet, uno en la C/ San Fernando (145 m²) y otro en C/ Marques de la Hermida (120 m²) (Anexo 1)

El precio medio de alquiler en una buena zona comercial en Santander está entre los 1000€ y los 1500€, con un precio medio del m² de unos 9€. Por su parte, los precios de alquiler de locales en Sarón, se sitúan entre los 450 y 500€.

La diferencia de precios ejerce una gran repercusión en la inversión inicial de nuestro negocio. Locales de similares características en cuanto a espacio (entre 100 m² y 150 m²) y además con mejor ubicación en Sarón, presentan una diferencia visible en el precio medio del m², ya que pasamos de unos 9 € en Santander a un precio medio en Sarón de unos 4 €, lo que supone un ahorro para nuestra fase inicial de negocio.

También hay que tener en cuenta la tasa de apertura a pagar en cada ayuntamiento ya que mientras que en Santander es de unos 90€ en el ayuntamiento de Cayón ronda los 50€, y las subvenciones, ya que se podrían solicitar a nivel estatal o autonómico, pero a nivel municipal no hay ningún tipo de ayuda según nos ha informado el ayuntamiento de Santa María de Cayón.

Otro tema importante a tratar en este punto de la distribución será la localización de Sarón, ya que, al ser la empresa distribuidora en la zona norte, en Cantabria y País Vasco, necesita buena comunicación con las principales ciudades de Cantabria, que son Torrelavega y Santander así como con Bilbao, otro punto importante en la distribución y como vemos a través del siguiente mapa, la localidad de Sarón lo cumple a la perfección. (Anexo 2)

Se ve que Sarón en cuanto a las localidades de Torrelavega y Santander dentro de Cantabria queda bastante céntrico ya que está a unos 20 min en coche de cada una de ellas, y en relación a Bilbao que es nuestro punto más lejano en cuanto a la distribución, tiene también buena conectividad ya que por la A-8, ya que en 1 hora y 10 min de viaje podemos estar en nuestro destino, por lo que en cuanto a localización, Sarón cumple las expectativas para nuestro negocio distribuidor.

5.- CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO: S.L.U Vs Autónomo

Una vez decidido el tipo de negocio que queremos crear, y la competencia, que en nuestro caso hablamos de un centro de estética y a la vez de formación y distribución de producto bajo la marca "Pronails" y "Diego Dalla Palma", el cual será el único de la zona norte, nos queda por concretar la forma jurídica que elijéremos para nuestro negocio.

El siguiente apartado lo dedicaremos a los tipos de sociedad más habituales, que son la de empresario individual o autónomo y la creación de una sociedad de responsabilidad limitada, hay ciertas similitudes y diferencias, a la vez que ventajas e inconvenientes entre ellas, las cuales vamos a ver a continuación.

5.1-CONSTITUCIÓN Y ÓRGANOS DE FUNCIONAMIENTO

Para su constitución, la inscripción en el registro mercantil es voluntaria si vamos a trabajar como autónomo aunque tendremos que seguir los siguientes pasos antes de comenzar la actividad:

1. Realizar la Declaración Censal en Hacienda.
2. Darnos de alta en el I.A.E (impuesto de actividades económicas) que solo tendremos obligación de pagar si nuestra cifra neta de negocios es superior a 1.000.000 €, lo cual no es nuestro caso.
3. Darnos de alta en el régimen de autónomos de la Seguridad Social.
4. Solicitar el número patronal para la contratación de trabajadores y el libro de visitas para inspecciones de trabajo.
5. Conseguir la licencia de apertura del ayuntamiento, en este caso de Santa María de Cayón y una vez conseguida proceder a abrir el negocio en los siguientes 6 meses.

En el caso de optar por ser una sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L), que en nuestro caso será una sociedad limitada unipersonal (S.L.U) tenemos que realizar al igual que en el caso anterior una serie de pasos, aunque algo más complejos, los cuales son:

1. Solicitar un certificado de denominación social para no coincidir con el nombre de otra empresa.
2. Crear una cuenta bancaria con al menos 3.005,06 euros, el capital mínimo inicial de la sociedad, lo cual se deberá presentar ante notario.
3. Redactar los estatutos y firmar la escritura de constitución.
4. Pagar el I.T.P (Impuesto de Transmisiones Patrimoniales).
5. Inscribirse en el Registro Mercantil, en lo que se deberá de informar sobre:
 - ❖ La identidad de los socios: nombre, apellidos, nacionalidad y domicilio.
 - ❖ La voluntad de constituir una sociedad de responsabilidad limitada.
 - ❖ Las aportaciones que cada socio realice y la numeración de las participaciones asignadas en pago.
 - ❖ Los estatutos de la sociedad, cuyo contenido está establecido por la Orden JUS/3185/2010, de 9 de diciembre, por la que se aprueban los Estatutos-tipo de las sociedades de responsabilidad limitada.

- ❖ La determinación del modo concreto en que inicialmente se organice la administración, en caso de que los estatutos prevean diferentes alternativas.
- ❖ La identidad de la persona o personas que se encarguen inicialmente de la administración y de la representación social.

6. Solicitar el CIF, la declaración censal e I.A.E.
7. Dar de alta en el régimen de autónomos o en el régimen general a los socios y a los trabajadores.

En el siguiente cuadro, podemos ver los costes que tendríamos que hacer frente en función de la sociedad que elijamos:

AUTÓNOMO		SOCIEDAD LIMITADA UNIPERSONAL	
TRAMITES	COSTES	TRÁMITES	COSTES
Sin trámites de constitución	Sin gastos de constitución	Constitución de la SL: <ul style="list-style-type: none"> • Denominación • Escritura y notaría • Estatutos • Registro Mercantil • Etc. 	-Capital social: 3.005,06€ -Asesoría y notaría: 1.200-1.500€
Hacienda: I.A.E	Sin coste	Hacienda: I.A.E	Sin coste
Ayuntamiento: Licencia de apertura	-Tasas -Proyecto técnico	Ayuntamiento: Licencia de apertura	-Tasas -Proyecto técnico
Seguridad Social: Alta en el RETA	Cuota mensual que varía según la base	Seguridad Social: Alta en el RETA	Cuota mensual que varía según la base

Tabla 5.1. Fuente: EDUCACITOS

Observando las dos opciones, lo más interesante de primeras sería construirnos como autónomo ya que tendríamos más ahorro en costes, aunque en un futuro si obtendríamos unos ingresos altos y el negocio se consolidara, lo mejor sería constituirnos en sociedad y tributar por el I.S (Impuesto de sociedades), ya que a partir de cierto beneficio tributaríamos menos que con el I.R.P.F. Además, es más sencillo pasar de ser autónomo a S.L.U, ya que se consigue con meros trámites burocráticos, que de S.L.U a autónomo, que conllevaría extinguir la actividad y liquidar la compañía.

5.2-Nº DE SOCIOS Y APORTACIONES DE CAPITAL Y RESPONSABILIDAD

Respecto al número de socios, en nuestro caso, contaríamos con un único socio, la emprendedora Alejandra Revert, que deberá cumplir con diferentes requisitos en materias como la responsabilidad o las aportaciones de capital como veremos a continuación.

Con relación a la S.L.U, será necesario aportar, aparte de dinero, trabajo, bienes o derechos, una suma mínima de capital de 3.000 €, ya sea en aportación dineraria o no dineraria, y si es así reflejando su valor en dinero, y además, estas aportaciones se deben certificar ante notario una vez aportado en alguna entidad bancaria, siendo indispensable que esto se realiza antes de la constitución de la sociedad.

A diferencia de todo lo anterior, en caso de ser un empresario individual, no se requiere un proceso previo de constitución y los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial, mientras que la aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

Hablando de responsabilidad en las distintas sociedades, uno de los aspectos que más difieren en estas sociedades, si actúas como autónomo o empresario individual, realizas la actividad en nombre propio asumiendo tanto sus derechos como obligaciones, y, como consecuencia, tendríamos un responsabilidad universal frente a terceros, lo que supondrá responder con nuestro patrimonio presente y futuro a las deudas contraídas por la empresa.

En cambio, si nos constituimos como una sociedad unipersonal de responsabilidad limitada, únicamente responderemos con nuestras aportaciones de capital, ya sean dinerarias o no, siendo estas como mínimo de 3000 €.

En el siguiente cuadro, a modo resumen, observamos las diferencias en trámites y responsabilidad:

	AUTÓNOMO	SOCIEDAD LIMITADA UNIPERSONAL
TRAMITES DE CONSITUTCIÓN	-Bajo coste para formalizar la empresa. -Simplicidad de trámites.	-Mayor coste para formalizar la empresa. -Mayor complejidad en los trámites de constitución.
TRAMITES DE GESTIÓN	-Mayor simplicidad de los trámites para gestionar la actividad.	- Tramites más complejos para gestionar actividad de la empresa.
RESPONSABILIDAD	-Ilimitada: Sin separación entre bienes privados y empresariales.	-Limitada: Se diferencia entre bienes privados y empresariales.

Tabla 5.2. Fuente: EDUCACITOS

5.3-CONTABILIDAD Y FISCALIDAD

A la hora de llevar la contabilidad del negocio o del tratamiento fiscal, vemos también diferencias significativas ya que, en cuanto a la contabilidad, si somos una sociedad, habrá que llevar un control de la misma muy exhaustivo y deberemos presentar las cuentas anuales en el registro mercantil cada ejercicio, además de la necesidad de realizar balances finales y ser necesario pagar impuestos y gastos por ciertos trámites. En cambio, las exigencias para ser autónomo son mucho más simples, que en el caso de tributar por módulos en el I.R.P.F solo tendría la obligación de llevar las facturas emitidas y recibidas en el ejercicio.

Si nos referimos al tratamiento fiscal, un autónomo tributa a través del I.R.P.F, el cual empieza en un tipo nominal del 21% pudiendo variar hasta un 47%, ya que es un impuesto progresivo y este es el motivo por el cual dependiendo de los beneficios que esperemos nos interese una forma jurídica u otra.

Si nos constituimos como sociedad no tendríamos este problema debido a que la tributación se realizaría a través del impuesto de sociedades, el cual es con carácter general del 30%, aunque podrá ser del 25% si somos empresas de reducida dimensión o del 20% cumpliendo determinados requisitos. En la siguiente tabla podemos observar todo esto de forma simplificada:

AUTÓNOMO	SOCIEDAD LIMITADA UNIPERSONAL
DECLARACIONES TRIMESTRALES -Liquidación IVA e IRPF. -2 opciones: <ol style="list-style-type: none"> Estimación directa <ul style="list-style-type: none"> Concepto: Pago en base a la facturación Calculo: -IVA pagar = Repercutido – Soportado. -IRPF = 20% beneficio trimestre. <ol style="list-style-type: none"> Estimación objetiva (Módulos). <ul style="list-style-type: none"> Concepto: Pago de cantidad fija independiente volumen facturación. Calculo: En base a una serie de indicadores (m2, local, empleados...) 	DECLARACIONES TRIMESTRALES -Liquidación IVA e IS. -Una opción: <ol style="list-style-type: none"> Estimación directa. <ul style="list-style-type: none"> Concepto: Pago en base a datos contables Calculo: - IVA pagar = Repercutido – Soportado. -Pagos a cuenta IS: 18% Cuota íntegra ejercicio anterior.
DECLARACIONES CIERRE DE EJERCICIO -Declaración IRPF: <ul style="list-style-type: none"> Bº obtenido se trasladara a la declaración de la renta del año correspondiente. IRPF es un impuesto progresivo. A partir de 36.000€ aprox. De rendimiento hay mayor carga fiscal con el IRPF que con IS. 	DECLARACIONES CIERRE DE EJERCICIO -Declaración IS: <ul style="list-style-type: none"> Aplica un porcentaje fijo sobre el Bº contable.

Tabla 5.3. Fuente: EDUCACITOS

Como comentamos anteriormente, si nos decidimos por ser autónomos o empresarios individuales, que es lo más probable aunque no seguro según la emprendedora Alejandra Revert, tendremos que calcular bien nuestros posibles ingresos ya que de ser elevados no nos convendría esta opción y nos interesaría mas tributar por un impuesto fijo como el de sociedades.(Análisis financiero capítulo 7 realizado según I.S)

6.- ESTUDIO DE LAS POSIBILIDADES DE FINANCIACIÓN

En relación a las posibles fuentes de financiación que hemos estudiado para nuestro proyecto de inversión se encontraban, la línea de microcréditos del ICAF a través de caja rural y los microcréditos de SOGARCA, de los cuales vamos a ver un pequeño resumen a continuación.

6.1- MICROCRÉDITOS ICAF A TRAVÉS DE CAJA RURAL

El primero que vamos a tratar, va a ser el Instituto de Finanzas de Cantabria (ICAF) es una Entidad de Derecho Público, adscrito a la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria, con personalidad jurídica propia y plena autonomía en su gestión.



El principal objetivo del ICAF es apoyar y asesorar desde el punto de vista financiero a la empresa cántabra y al sector empresarial y fundacional de la comunidad, a través de instrumentos de financiación, que puedan facilitar la puesta en marcha y desarrollo de proyectos de inversión de interés para la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Con la creación de esta entidad, se pretende conseguir principalmente 2 funciones:

FINANCIACIÓN:

El ICAF tiene capacidad para conceder préstamos a largo plazo para la financiación de proyectos de inversión a favor tanto de empresas públicas como de empresas privadas cuyo domicilio social se encuentre en Cantabria o la inversión se realice en la misma comunidad, siempre que sean actividades reguladas dentro del plan realizado cada 4 años.

ASEGURAMIENTO Y GARANTÍA:

El ICAF tiene la capacidad de avalar, afianzar, garantizar o asegurar las obligaciones derivadas de operaciones de crédito, siempre que se trate de inversiones productivas para la región, tanto en empresas de carácter público como privado.

En nuestro caso, habíamos solicitado información del crédito a través de la Caja Rural, que es una de las entidades adheridas, al igual que Caixabank, Banco Popular, Liberbank, Banco Sabadell o BBVA.

Las condiciones para el microcrédito que ofrecían, tanto para inversión como para liquidez son las siguientes:

LINEA DE MICROCREDITOS ICAF 2015			
ICAF MICROCREDITO LIQUIDEZ		ICAF MICROCREDITO INVERSION	
Importe financiable	Hasta 25.000€ (Excepcionalmente hasta 40.000€)	Importe financiable	Hasta 25.000€ (Excepcionalmente hasta 40.000€)
Modalidad	Préstamo	Modalidad	Préstamo
Plazo	De 2 a 3 años	Plazo	De 3 a 5 años
Carencia	Sin carencia	Carencia	Hasta 6 meses
Cuotas	Mensuales	Cuotas	Mensuales
Tipo de interés	Euribor 12 meses	Tipo de interés	Euribor 12 meses
Margen	Máximo 3,50%	Margen	Máximo 3,50%
Comisión de apertura	0,75%	Comisión de apertura	0,75%
Tipo de interés demora	Máximo 10%	Tipo de interés demora	Máximo 10%
Procedimiento concesión	Análisis por la entidad colaboradora	Procedimiento concesión	Análisis por la entidad colaboradora

• **Beneficiarios de la línea:**
 1. **MICROEMPRESAS:** Con domicilio fiscal y actividad en Cantabria con:
 A. Menos de 10 trabajadores
 B. Volumen negocio anual inferior a 2.000.000€
 2. **AUTONOMOS:** Con domicilio fiscal y actividad en Cantabria, además de rendimientos fiscales declarados en el ultimo ejercicios inferiores a 60.000€

Tabla 5.1. Fuente: ICAF

6.2 – MICROCRÉDITO SOGARCA

A continuación, vamos a ver la siguiente opción, los microcréditos de SOGARCA, entidad que nos concedió la financiación para el nuevo local tanto para trabajos de estética como formación en la materia.



La Sociedad de Garantía Recíproca de Cantabria, SOGARCA, fue fundada el 26 de Mayo de 1981 por pequeños y medianos empresarios y apoyada por el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa y el Gobierno de Cantabria, además de la Caja de Ahorro de Santander y Cantabria, y en este periodo de más de 30 años, ha dado financiación a empresas por más de 150 millones de euros. Un resumen de las principales funciones de esta sociedad podía ser:

- Negociar y conseguir la mejor financiación y avales para sus socios.
- Dar tanto asistencia como asesoramiento a PYMES y autónomos.
- Tramitar ágil y eficazmente las operaciones acogidas a Líneas de crédito subvencionadas.

- Otorgar avales financieros, técnicos y especiales facilitando el acceso a la financiación a largo plazo y en condiciones preferenciales de tipos de interés, comisiones y plazos de amortización.

Esta sociedad de garantía recíproca, tiene como principal objetivo la promoción de pequeñas y medianas empresas apoyándolas con más facilidades en la financiación. Para ello, además de ser socio como es necesario en cualquier S.G.R, debe ser un Pyme, con forma jurídica individual o societaria y tener domicilio fiscal en Cantabria. Estos avales financieros dan acceso a créditos y a préstamos en condiciones excelentes tanto para préstamos para inversión (maquinaria, inmuebles, elementos de transporte, etc.) como para circulante y refinanciaciones.

Las operaciones avaladas se basan en la viabilidad del proyecto. Este apoyo de la S.G.R contribuye a que las empresas tenga unas características más favorables como pueden ser unos tipos de interés preferenciales, plazos de amortización más cómodos y una reducción del riesgo en relación al asumido directamente con una entidad financiera. Además SOGARCA financia a medio y largo plazo, lo que ofrece más seguridad a las pequeñas y medianas empresas.

En lo que se refiere más estrictamente a números en la financiación, SOGARCA financia con un límite de aval de 500.000€ con un plazo máximo de 12 años, con estas operación diversifican riesgo con las entidades financieras lo que es una gran ventaja. Este aval permite acceder a unos productos en condiciones inmejorables, lo que favorece en gran medida a las pequeñas y medianas empresas para obtener gran financiación y poder llevar a cabos sus proyectos de inversión o circulante.

6.2.1- Actualidad “SOGARCA”

En los últimos 2 meses, esta sociedad, con el apoyo del gobierno de Cantabria ha recibido solicitudes para la financiación de 48 proyectos, por un importe de 3 millones de euros, de los cuales 2,5 millones ya han sido aprobados. Desde su creación, SOGARCA ha desarrollado 1 millón de operaciones de financiación a empresas, las cuales dan trabajo a 3000 personas repartidas en plantillas de unos 10 trabajadores, según la consejera de economía y hacienda, Cristina Mazas.

Para ello, necesita de colaboración con el ICAF (instituto cántabro de finanzas), además de con el ICO (instituto de crédito oficial) para hacer llegar a tanto a PYMES como autónomos las nuevas líneas de financiación existentes, para las cuales según la consejera se van a destinar 200 millones de euros, 140 para el sector privado y el resto para iniciativas de carácter público.

6.3-REQUISITOS Y CONDICIONES DE FINANCIACIÓN DE SOGARCA PARA NUESTRO PROYECTO DE INVERSIÓN.

En lo que se refiere a nuestro proyecto de inversión, después de haber presentado toda la documentación requerida para el estudio de nuestra inversión en la sociedad de garantía recíproca SOGARCA, conseguimos un crédito para nuestra financiación con las siguientes condiciones:

- Euribor año + 3,5%, con un tipo mínimo del 4% que será nuestro interés final.
- Comisión por socio girada por SOGARCA: 1,20%.

7.- ANÁLISIS FINANCIERO

En este punto, vamos a realizar un estudio del apartado financiero, más concretamente de la inversión necesaria para realizar la apertura del nuevo local, en el cual se deben realizar las tres ramas de nuestro negocio que son estética, formación y distribuidor de producto y posteriormente de los flujos de ingresos y gastos así como de la viabilidad del proyecto.

7.1. CÁLCULO DE LA INVERSIÓN NECESARIA

Para comenzar, ya que vamos a realizar un análisis financiero del negocio, en primer lugar, analizaremos todo lo que necesitamos para poner en marcha el negocio y así saber la inversión inicial necesaria o lo que es lo mismo, los costes de inicio de la actividad, los cuales presentamos en la siguiente tabla:

DETALLE DE GASTOS					
GASTOS DE LOCAL	AÑO 1	MES 1	GASTOS	AÑO 1	MES 1
			PRESTAMO	6.738,81 €	562 €
Luz y Agua	900 €	75 €	*Amortizacion	5.538,81 €	462 €
Telefono	1.200 €	100 €	*Intereses	1.200,00 €	100 €
Alquiler	7.800,00 €	650 €	Gastos banc	1.000 €	83 €
Retencion alquiler	1.404,00 €	117 €	RetencionesSS	1.740 €	145 €
Seguro local	280,00 €	23 €	Asistencia	59,00 €	5 €
Presentaciones	600 €	50 €	TPV	648 €	54 €
Impuestos	5.400 €	450 €	Gastos	70 €	6 €
GASTOS DE	AÑO 1	MES 1	GASTOS PERSONAL	AÑO 1	MES 1
Producto	17.000 €	1.417 €	Sueldo esteticista	10.900 €	908 €
Producto salón	7.000 €	583 €	S.S esteticista	3.000 €	250 €
Vehículo	3.500 €	292 €	Comercial (gasto	20.000 €	1.667 €
Mantenimiento	500 €	42 €	Mantenimiento y	2.000 €	167 €
Gasolina	3.600 €	300 €	Dietas comercial	1.200 €	100 €
Extintores	60,00 €	5 €	Prevención riesgos	240,00 €	20 €
Publicidad	1.000,00 €	83 €	Formacion interna	1.500 €	125 €
TOTAL DE GASTO AÑO 1 / MES 1				99.339,81 €	8.278,32 €

Tabla 7.1. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Como podemos observar, sumando los datos relacionados con el local y sus gastos corrientes , como luz , agua o teléfono, gastos relacionados con el material que utilizaremos para la distribución y para nuestros servicios de estética, así como los gastos relacionados con el préstamo solicitado y la gestión informática del negocio y los gastos de personal como sueldos, seguridad social , formación interna etc., nos da un capital mínimo necesario o una inversión necesaria inicial el primer mes de **8.278,32 €**.

Con estos gastos estimados, en términos anuales, nos supondría un gasto de unos **99.339,81 €**, por lo cual, necesitaremos asegurar unas cifras de ingresos mínimas para que el negocio sea viable, ya que se trata de una cantidad de gasto importante para el primer año de funcionamiento del nuevo local, siendo este uno de los motivos de solicitud de crédito.

7.2. ANÁLISIS DE LOS FLUJOS DE INGRESOS Y GASTOS

7.2.1 Tabla de precios y servicios

En relación a los flujos de ingresos y gastos vamos a crear una vista general de los mismos a en una previsión de los primeros 5 años de negocio. Antes de hablar de los ingresos, observamos los precios de nuestro nuevo local ya que en función de estos y las ventas de nuestro antiguo local en años anteriores, estimaremos las ingresos futuros. Los precios son los siguientes:

	PRECIO	DURACION
Manicura	9 €	30MIN
Pedicura	22 €	60MIN
Esmaltado	20,50 €	45MIN
Uñas de gel	45 €	70MIN
Arreglo de uñas	29 €	60MIN
DEPILACION		
Piernas	19 €	45MIN
Extensiones de	50 €	90 MIN
Rellenos Ext. Pest.	28 €	60MIN
Tratamientos faciales	DE 45€ A 65€	45-60MIN
Tratamientos	DE 45€ A 85€	45-70MIN
FOTODEPILACION		
Piernas	130€ SESION	80MIN
Maquillaje	20 €	30MIN
Tinte y permanente	30 €	30MIN

Tabla 6.2. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

7.2.2 Fuentes de ingresos

Una vez realizada una primera aproximación en cuanto a los precios, pasamos a hablar de los ingresos, cuya fuente van a ser principalmente servicios de estética y salón, tales como maquillajes, cortes de pelo, etc. Y formación, la cual se distribuye en cursos especializados en uñas de la marca "Pronails" y "Diego Dalla Palma". A continuación observamos una estimación de los mismos en la siguiente tabla:

DETALLE DE INGRESOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS Y					
Servicios Estetica	33.000 €	49.500 €	66.000 €	66.000 €	66.000 €
Ventas en salón	2.500 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
DISTRIBUCIÓN	60.000 €	70.000 €	75.000 €	78.000 €	80.000 €
FORMACION					
Formacion estética	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Formación uñas	3.000 €	3.500 €	4.000 €	4.500 €	6.000 €
TOTAL INGRESOS	104.500,00 €	132.000,00 €	154.000,00 €	157.500,00 €	161.000,00 €

Tabla 6.3 Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Como podemos ver, los ingresos de nuestro negocio de estética van a tener su origen principalmente en tres ramas, las cuales son, ventas y servicios, distribución y formación.

En relación a las ventas, hemos englobado los servicios de estética junto con las ventas de diferentes productos en el local y sus importes los hemos estimado en función de la ventas de años anteriores en el local de Santander, las cuales han sido, en el año 2013, año de apertura del local en Santander, en un periodo de unos 8 meses, unos **17.640 €**, en 2014, **36.038€** y hasta noviembre del año 2015 se ha obtenido un beneficio de **33.692 €**.

En cuanto a la distribución y formación hemos estimado en función de los posibles clientes que tendremos al ser distribuidores oficiales de la marca "Pronails" y "Diego Dalla Palma" de un número mínimo de alumnos de formación continuada respectivamente, sin añadir los cursos independientes por catálogo, ya que cada cliente puede solicitarlo en función de sus necesidades profesionales. A la vista de estos datos de ingresos, si todo funciona según lo previsto, podemos tener grandes expectativas de futuro con el nuevo local situado es Sarón.

7.2.3 Flujo de gastos

En este punto vamos a centrarnos en los gastos anuales de nuestra empresa, cuya estimación tenemos en la siguiente tabla, en un periodo también de 5 años y de esta forma, hacernos una idea del posible saldo que tendríamos cada año de actividad.

GASTOS DE LOCAL					
Luz y Agua	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €
Telefono	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €
Alquiler	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €
Retencion alquiler	1.404,00 €	1.404,00 €	1.404,00 €	1.404,00 €	1.404,00 €
Seguro local	280,00 €	280,00 €	280,00 €	280,00 €	280,00 €
Presentaciones	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Impuestos	5.400 €	5.400 €	5.400 €	5.400 €	5.400 €
GASTOS DE					
Producto distribución	17.000 €	19.833 €	21.250 €	22.100 €	22.667 €
Producto salón	7.000 €	10.352 €	13.606 €	13.606 €	13.606 €
Vehículo	3.500 €	3.500 €	3.500 €	3.500 €	3.500 €
Mantenimiento	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Gasolina	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
Extintores	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Publicidad	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
GASTOS BANCARIOS Y DE					
Prestamo	6.738,81 €	6.738,81 €	6.738,81 €	6.738,81 €	6.738,81 €
*Amortizacion	5.538,81 €	5.760,37 €	5.990,78 €	6.230,41 €	6.479,63 €
*Intereses	1.200,00 €	978,45 €	748,03 €	508,40 €	259,19 €
Gastos banc	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
RetencionesSS	1.740 €	1.740 €	1.740 €	1.740 €	1.740 €
Asistencia informática	59,00 €	59,00 €	59,00 €	59,00 €	59,00 €
TPV	648 €	648 €	648 €	648 €	648 €
Gastos Administrativos	70 €	70 €	70 €	70 €	70 €
GASTOS PERSONAL					
Sueldo esteticista	10.900 €	10.900 €	10.900 €	10.900 €	10.900 €
S.S esteticista	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Comercial (gasto total)	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Mantenimiento y varios	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Dietas comercial	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €
Prevención riesgos	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Formacion interna	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
TOTAL GASTO	99.339,81 €	105.525,26 €	110.195,44 €	111.045,44 €	111.612,11 €

Tabla 7.4. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Para realizar un análisis de los gastos que vemos en la tabla, hemos tenido en cuenta la tasa interanual del IPC que se sitúa en un 0.0 % en el mes de diciembre de 2015. Cualquier variación al alza en el entorno de inflación deberá ser tenido en cuenta.

Hemos dividido los gastos en 4 partes las cuales son:

- **GASTOS DE LOCAL:** En los cuales están incluidos con los gastos propios de local como alquiler e impuestos, su uso como son agua luz teléfono y otros para tener una buena presentación del local.
- **GASTOS DE MATERIAL/PRODUCTOS:** Dentro de este grupo englobamos tanto los materiales para distribución como los necesarios para nuestro centro de estética, además de un coche que hemos comprado para la distribución con el mantenimiento anual que conlleva y además de unos extintores comprados para el local y una parte destinada a gastos en publicidad como folletos informativos, anuncios locales, etc.
- **GASTOS BANCARIOS Y DE GESTIÓN:** Aquí incluiríamos los gastos bancarios y de administración de la empresa, para lo cual hemos contratado el servicio TPV, además de un préstamo que explicaremos más adelante.
- **GASTOS DE PERSONAL:** Los que se refieren a las nóminas de los empleados junto con la seguridad social, así como distintos cursos formativos y de prevención a cargo de la empresa.

7.2.4 Cálculo de la viabilidad económica del proyecto

Una vez estimados los ingresos y gastos de los próximos 5 años, podemos calcular el flujo de caja de nuestro negocio en ese periodo y de esta forma comenzar a ver la viabilidad de nuestra empresa. A continuación vamos a ver una tabla a modo de resumen con el flujo de caja anual, después de estimar un impuesto de sociedades del 30%, y su respectivo acumulado:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO BRUTO	5.160,19 €	26.474,74 €	43.804,56 €	46.454,56 €	49.387,89 €
I.S (30%)	1.548,06 €	7.942,42 €	13.141,37 €	13.936,37 €	14.816,37 €
SALDO NETO	3.612,13 €	18.532,32 €	30.663,19 €	32.518,19 €	34.571,52 €
SALDO	3.612,13 €	22.144,45 €	52.807,64 €	85.325,83 €	119.897,36 €

Tabla 7.5. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

A la vista de los resultados en cuanto a ingresos y gastos, y teniendo en cuenta un escenario favorable y que se cumplen todas nuestras provisiones, nuestros resultados deberían ser muy positivos. A continuación reflejamos en la siguiente tabla una estimación de la cuenta de resultados que obtendríamos durante los 5 años de nuestro proyecto:

			I.I (1º AÑO)	-30.000,00
			I=	4%
AÑOS	INGRESOS	GASTOS	FLUJO EFECTIVO, A.I	FLUJOS DE EFECTIVO, D.I (I.S= 30%)
0	INVERSION INICIAL			-30.000,00 €
1	104.500,00	99.339,81	5.160,19	3.612,13 €
2	132.000,00	105.788,41	26.211,59	18.348,11 €
3	154.000,00	110.669,13	43.330,87	30.331,61 €
4	157.500,00	111.552,62	45.947,38	32.163,17 €
5	161.000,00	112.152,78	48.847,22	34.193,05 €

Tabla 7.6. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Nuestros ingresos y gastos están planteados de manera optimista pero a la vez se trata de una inversión real, por lo que podemos afirmar que en el 3 año recuperaríamos ya nuestra inversión de 30.000€, que en un principio habíamos pensado recuperar en 5 años, por lo que a tenor de los resultados tendríamos mucho margen de mejora si tuviésemos un escenario menos favorable y nuestro proyecto seguiría siendo viable.

7.3 PRÉSTAMO SOLICITADO

Refiriéndonos ahora al préstamo solicitado, consta de un principal de 30.000€ a devolver en 5 años, con un interés anual del 4%, sin ningún tipo de comisión, que nos dará las siguientes anualidades, con sus amortizaciones e interés resumidos en la siguiente tabla:

Principal	30.000 €	Años	5	Interes	4%
Años	Anualidad	Intereses	Amortización	Capital vivo	Capital amortizado
0				30.000,00 €	
1	6.738,81 €	1.200,00 €	5.538,81 €	24.461,19 €	24.461,19 €
2	6.738,81 €	978,45 €	5.760,37 €	18.700,82 €	43.162,01 €
3	6.738,81 €	748,03 €	5.990,78 €	12.710,04 €	55.872,05 €
4	6.738,81 €	508,40 €	6.230,41 €	6.479,63 €	62.351,68 €
5	6.738,81 €	259,19 €	6.479,63 €	0,00 €	62.351,68 €

Tabla 7.7. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

8.-CONCLUSIONES

Este trabajo, el cual como se dijo y estudio anteriormente, trata sobre un plan de viabilidad de un centro de estética con formación y distribución, ha servido para que desde el punto de vista personal, poder aplicar ciertos conocimientos adquiridos en el grado, y por otra parte, a nuestra emprendedora, Alejandra Revert, para conseguir financiación de SOGARCA.

Analizando los apartados anteriores, podemos asegurar que:

- Desde el punto de vista del entorno, tanto demográfico como económico, la apertura del centro de estética será positiva para la emprendedora, ya que la población femenina de la zona aumenta año tras año, siendo nuestro mercado real, al igual que la renta por habitante, lo cual aumenta el consumo de la zona.
- En lo que se refiere al mercado laboral, la gente en paro de la zona, aunque en poca medida, aumento, lo que favorece que profesionales de nuestro sector se interesen por formarse en nuestro centro con formación exclusiva de "Pronails" y "Diego Dalla Palma".
- En resumen, una vez realizado el plan financiero y basándonos en los datos y resultados del mismo, respecto a ingresos y gastos, el préstamo o el VAN de nuestro proyecto de inversión, a priori y según lo estudiado este proyecto será viable, ya que todos los factores del entorno lo favorecen y en lo que se refiere a la inversión, aunque planteado de manera optimista donde todas las condiciones son favorables, la recuperaríamos en los 3 primeros años de proyecto.

9- BIBLIOGRAFÍA

- BANCO DE ESPAÑA [sitio web] 2015, Cantabria, Boletín BDE Diciembre 2015[Pdf].[Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.bde.es/bde/es/>
- CÁMARA COMERCIO CANTABRIA [sitio web] 2015, Cantabria.” Condiciones de financiación SOGARCA [Pdf]”. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.camaracantabria.com/descargas/ViasFinanciacionComercioCantabria.pdf>
- DIEGO DALLA PALMA [sitio web] 2015. Disponible en: <http://diegodallapalmapro.fi/>
- EDUCACITOS [sitio web] 2016, Cantabria.”Autónomo Vs S.L.U”. [Consulta: Enero 2016].Disponible en: <http://www.educadictos.com/autonomo-o-sociedad-limitada-unipersonal-que-me-conviene-y-ii/>
- ESTÉTICA MAGAZINE [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.esteticamagazine.es/newsevents/item/10676-informa-stanpa-reduce-negocio-peluqueria>
- EXPANSIÓN [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.expansion.com/catalunya/2015/04/09/55264433ca474110258b4574.html>
- EL DIARIO MONTAÑES [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.eldiariomontanes.es/cantabria/201503/18/peluquerias-cerrado-cantabria-ultimos-20150318010635-v.html>
- FINANZAS [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.finanzas.com/noticias/economia/20150820/peluqueros-esteticistas-cantabria-protestaran-3219060.html>
- GOOGLE MAPS [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <https://www.google.es/maps>
- IMF FORMACIÓN [sitio web] 2016, Cantabria.”Como crear tu empresa en 4 pasos”. [Consulta: Enero 2016].Disponible en: <http://www.imf-formacion.com/blog/corporativo/at/como-crear-tu-empresa-en-4-pasos/>
- INSITITUTO CANTABRO DE ESTADÍSTICA [sitio web] 2015, Cantabria, “Población por sexo y municipio” y” paro registrado por municipio y sectores”. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.icane.es/>
- INSITITUTO CANTABRO DE FINANZAS [sitio web] 2015, Cantabria. “Funciones y condiciones”. [Consulta: Diciembre 2015].Disponible en: <http://www.icafinanzas.com/icafe/opencms/>
- INSTITUTO NACIONAL ESTADÍSTICA [sitio web] 2015, Cantabria, Tasa variación IPC y PIB. [Consulta: Diciembre 2015]. Disponible en: <http://www.ine.es/>

- LA VANGUARDIA [sitio web] 2015, Cantabria. [Consulta: Diciembre 2015]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/demoda/belleza/20150409/54429771429/el-sector-de-la-peluqueria-y-belleza-pierde-428-millones-y-4-000-empleos.html>
- MILANUNCIOS [sitio web] 2015, Cantabria, " Locales comerciales en alquiler: Comparación Sarón- Santander" [Consulta: Diciembre 2015]. Disponible en: <http://www.milanuncios.com/locales-comerciales/>
- PRONAILS [sitio web] 2015. Disponible en: <http://www.pronails.es/es/home>
- SOGARCA [sitio web] 2015, Cantabria. " Funciones SOGARCA". [Consulta: Diciembre 2015]. Disponible en: <http://www.sogarca.com/>
- 20MINUTOS [sitio web] 2015, Cantabria. "Actualidad SOGARCA". [Consulta: Diciembre 2015]. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/1464241/0/>

10- ANEXOS

• Anexo 1: Precio alquileres Santander vs. Sarón.



Local en calle Isabel la Católica, Numancia - San Fernando, Santander

1.550 €/mes

145 m² 10,69 eur/m²

BAJO COMERCIAL DE FORMIDABLES CARACTERÍSTICAS PARA MONTAR VARIOS POSIBLES NEGOCIOS. SI ERES UNA PERSONA EMPRENDEDORA,

942 919 267



Local en calle Marques de la Hermida, Castilla - Hermida, Santander

1.000 €/mes ↓ 800 € (44%)

120 m² 8,33 eur/m²

Amplio local a pie de calle situado en la vía principal de entrada a la ciudad, Marqués de la Hermida. Se trata de un local haciendo es...

942 911 385

Excelente local comercial a dos calles 500 €

Sarón (San Lázaro) · 110m² · 5 €/m² · 2 baños
Masprofesional



excelente local comercial a dos calles, totalmente equipado con dos baños, calefacción en una magnífica zona comercial. esta equipado con suelo de madera y losetas insonorizadas. a 2 minutos en la estación de autobuses y con buenas comunicaciones.

Local Comercial en Santa María de Cayón Cantabria San Lázaro 139 m² 450 €

Santa María De Cayón · 139m² · 3 €/m²
Inmoportalix



4 fotos más

alquilamos local de 139 m² sin acondicionar junto al nuevo supermercado día de sarón. en la zona de la estación de autobuses. el local da a 2 calles con terraza en ambas. se encuentra en un edificio de reciente construcción

• Anexo 2: Ruta de distribución a partir de Sarón.

