

1. ÍNDEX

	Pàg.
1. Índex	1
2. Introducció	3
3. Elaboració d'un Pla d'Empresa	4
3.1 En què consisteix un Pla d'Empresa?	4
3.2 Descripció del nostre Pla d'Empresa	4
4. Història	5
5. Situació actual del negoci	7
5.1 Característiques del local	7
5.2 El servei ofert	8
5.3 Els clients	10
5.4 Fiscalitat	10
5.5 Anàlisi DAFO	11
5.6 Anàlisi econòmic	12
6. Anàlisi de mercat	15
6.1 Anàlisi de la futura clientela	15
6.2 Estudi a la clientela actual	18
6.3 Anàlisi de la competència	29
6.4 La demanda del barri	23
7. Reforma del local	26
8. Pla de màrqueting	28
8.1 El màrqueting al món de l'estètica	28
8.2 Promoció de la Perruqueria Maldonado's	29
9. El nou servei ofert	31
10. Anàlisi econòmic	32

10.1	Plans d'inversió i de finançament	32
	10.1.1 Préstec TIC (Plan Avanza)	34
	10.1.2 Préstec ICO-Emprenedors	35
10.2	Costos anuals	36
	10.2.1 Amortitzacions	36
	10.2.2 Sous i salaris	37
	10.2.3 Altres despeses	39
10.3	Ingressos	41
11.	Viabilitat de l'ampliació del negoci	43
12.	Conclusió	45
13.	Agraïments	47
14.	Bibliografia	48

2. INTRODUCCIÓ

La posada en marxa d'un nou negoci és tot un repte. Al principi s'han d'afrontar un seguit de costos extres sense la total certesa de poder cobrir-los. Però amb el pas del temps s'espera, a part de cobrir-los, obtenir un benefici.

Un cop assentats en el sector en què ens hem establert, pot ser vulguem aspirar a un marge de beneficis més gran o a aconseguir un major prestigi. Aquestes aspiracions poden ser cobertes mitjançant l'ampliació del nostre negoci, la qual es pot dur a terme per diverses vies: obertura de nous establiments, fusió amb altres negocis del sector, ampliació del públic destinatari del producte o servei, integració vertical...

En aquest treball estudiarem un cas concret d'ampliació de negocis, el d'una perruqueria. La Perruqueria Maldonado's ofereix el seu servei exclusivament als homes. El nostre objectiu consisteix en ampliar el servei ofert per aquest establiment per a atendre també al públic femení.

Igual que la posada en marxa del negoci, la seva ampliació també comporta un seguit de riscos. L'anàlisi i planificació de l'expansió empresarial ha de realitzar-se amb la major exactitud possible. Per una banda, hem de considerar quin és l'estat econòmic actual del nostre negoci. A partir d'aquí hauríem de desenvolupar un estudi de mercat amb la finalitat d'estudiar la viabilitat del projecte d'ampliació: quina serà la reacció de la clientela, quina és la situació de la nova competència amb què ens trobarem, quins nous costos haurem d'afrontar, quins seran els preus que haurem d'establir per aconseguir el marge de benefici esperat, estudiar la possibilitat de fer reformes al nostre local o d'adquirir-ne un altre de nou, quines tècniques promocionals s'hauran d'aplicar per donar a conèixer el nostre nou servei, la recerca de subvencions i crèdits que contemplin reformes o ampliacions de negocis, etc. Intentar cobrir tots aquests punts necessaris per fer un bon pla d'empresa serà la finalitat del nostre treball.

3. ELABORACIÓ D'UN PLA D'EMPRESA

3.1 En què consisteix un Pla d'Empresa?

La realització d'un Pla d'Empresa l'ha de dur a terme tota aquella persona que vulgui crear un nou negoci o ampliar-lo. Consisteix en l'estudi de la viabilitat tècnica, econòmica i financera de l'oportunitat d'un negoci. En aquest estudi s'examinen amb detall tots els procediments i estratègies que s'han de desenvolupar amb la finalitat de convertir aquesta oportunitat de negoci en un projecte empresarial.

L'elaboració d'un Pla d'Empresa té dos objectius:

- Realitzar un estudi exhaustiu del conjunt de factors que afecten l'oportunitat de negoci per tal de determinar la seva viabilitat.
- Analitzar com evoluciona i quines desviacions s'han produït en comparació amb les previsions un cop comenci a funcionar el negoci.
- Poder presentar la viabilitat i expectatives del negoci davant terceres persones que poden aportar una ajuda financera.

A l'hora de realitzar un Pla d'Empresa hem de tenir present la importància que tenen les dades recollides ja que d'elles depèn la bona marxa del projecte de negoci. Per tant, la informació ha de ser clara, comprovable, veraç i actual. En el Pla d'Empresa haurem de considerar totes les àrees i activitats del negoci.

3.2 Descripció del nostre Pla d'Empresa

Tal i com hem explicat a la introducció, el nostre treball es basarà en l'elaboració d'un Pla d'Empresa, el qual estudiarà la viabilitat d'ampliar un negoci. En concret, ens centrarem en l'ampliació de la clientela de la Perruqueria Maldonado's, la qual només es centra en atendre clientela masculina. Per aquest motiu ens proposem estudiar les repercussions que suposaria convertir la perruqueria en una unisex.

A través de l'ampliació del negoci es pretén augmentar els beneficis obtinguts avui dia només amb clientela masculina. A més, hi ha la intenció de canviar la imatge actual de l'establiment perquè sigui més moderna i estigui adequada a les noves tendències.

Abans de començar a desenvolupar el nostre Pla d'Empresa, anem a enumerar i comentar resumidament els diversos aspectes que seran tractats:

1. Història i estat actual del negoci: Explicarem breument la història de la Perruqueria Maldonado's des de que va obrir a l'any 1961. També estudiarem les característiques del negoci i quina és la seva situació econòmica a l'actualitat.
2. Anàlisi del mercat: Farem referència a les característiques generals del sector en què participa el negoci. A més, analitzarem els clients potencials i la competència amb què es trobarà.
3. Reformes de l'establiment: L'ampliació de la clientela pot suposar un canvi a l'estructura i imatge del local. Per tant, considerarem els costos que comportarien aquestes reformes i investigarem si hi ha ajudes, subvencions o crèdits per finançar-les.
4. Pla de màrqueting: Examinarem procediments per promocionar la perruqueria i quins costos suposarien. També considerarem les diverses estratègies de preus que es poden seguir.
5. Anàlisi econòmic: Aquest apartat serà el més important i complex. A partir de diverses dades que consideraran les inversions que s'han de realitzar, els nous costos i ingressos, els possibles compte de resultats i balanç que obtindrem... podrem saber amb major certesa si l'ampliació de la clientela seria viable o no.

4. HISTÒRIA

La Perruqueria Maldonado's està ubicada al barri del Fondo de Santa Coloma de Gramenet (Plaça del Rellotge, número 1, botiga 2). L'any 1961 va obrir les seves portes amb dos socis (Juan Maldonado Jiménez i Luci Calzado Martín) fent un traspàs amb un cost de 30.000 pessetes sense haver-hi cap negoci anterior. El local és de lloguer amb contracte indefinit.

Pel que fa a la imatge de l'establiment, la perruqueria va començar tenint dues butaques a la part dreta del local i una petita sala d'espera a l'esquerra.



Aproximadament dos anys després es va ampliar la plantilla amb un altre treballador: Félix Gómez Hernández (fill d'un dels socis). Es va unir en qualitat d'ajudant sense rebre un salari a canvi. Això va fer sorgir la necessitat d'inclusió d'una nova butaca de perruquer.

No obstant, la perruqueria no acabava d'arrencar ja que l'establiment no era massa conegut i, a més, el barri del Fondo estava poc poblat. Els clients havien de venir d'altres barris relativament llunyans com la Salut, l'Esperit Sant, Sant Adrià, entre d'altres. Les coses havien de canviar. Per aquest motiu, aprofitant la manca de dutxes a les llars, la perruqueria va instal·lar-ne dues per oferir aquest servei als clients (la inclusió de dutxes era un servei força corrent a alguns establiments de l'època). Es van poder reduir els preus del tallat de cabell a la meitat dels preus de la competència, però sempre mantenint el bon servei. Va ser a partir d'aquest moment quan la clientela es va ampliar i el negoci va començar a funcionar amb molt d'èxit.

L'any 1963, tot i que l'ajudant va abandonar el negoci, es van incorporar dos treballadors més (Manolo i Paulino Díaz Salcedo). Encara que no eren legalment treballadors contractats, els dos dies de la setmana de més feina se'n portaven el 65% dels beneficis obtinguts. Va ser necessari incloure una altra butaca al local, quedant així una filera de quatre butaques. Al final del local es va deixar un petit magatzem i un lavabo amb les dutxes que de mica en mica deixarien el servei anteriorment esmentat degut a la inclusió d'aquestes a les llars.

L'any 1970, el soci Luci Calzado Martín va passar a treballar només els caps de setmana, de manera que el negoci es quedava en mans d'una persona (Juan Maldonado Jiménez) amb l'única ajuda d'un dels treballadors (Paulino Díaz Salcedo). En aquest moment el negoci va arribar a una època de bonança on el propietari treballava tots els dies de la setmana des de les 7.00 hores del matí fins a les 23.00 hores de la nit, aproximadament.

A l'edat de 65 anys, el propietari del negoci es va jubilar deixant la perruqueria al seu fill (Juan Andrés Maldonado Hernández) coneixedor del negoci. Aquest any, el 1990, simbolitzà el començament d'una nova etapa del negoci. Durant el traspàs, el local va patir una reforma important. Va ser redistribuït de tal manera que es veia una botiga més espaiosa i es van introduir millores al sistema elèctric i de seguretat. També es va

comprar nou mobiliari que s'adequava al servei i es va retolar el negoci, millorant així la seva imatge.

L'any 1992 es va contractar un nou treballador (Juan Peinado) que conjuntament amb el propietari (Juan Andrés Maldonado Hernández) i la seva dona (Teresa Pedreira Teijeiro) van fer possible que el negoci arribés als seus màxims històrics als anys 1997 i 1998, gràcies al suport d'una àmplia clientela fidel i constant. Durant aquests anys es va fer una remodelació dels mobles de la perruqueria ja que els altres ja eren antics. No obstant, l'any 1999 i 2004 la treballadora va haver de marxar i el treballador va ser acomiadat. Així que se'n va contractar un nou treballador (Carlos Javier Elizalde Cevallos) que segueix a l'actualitat tallant cabells conjuntament amb el propietari.



El negoci ha anat funcionant de manera satisfactòria donant importància, al llarg de tota la seva trajectòria, a la qualitat del servei i a una relació preu-qualitat alta amb la finalitat d'aconseguir el nombre màxim de clients i una font important d'ingressos.

5. SITUACIÓ ACTUAL DEL NEGOCI

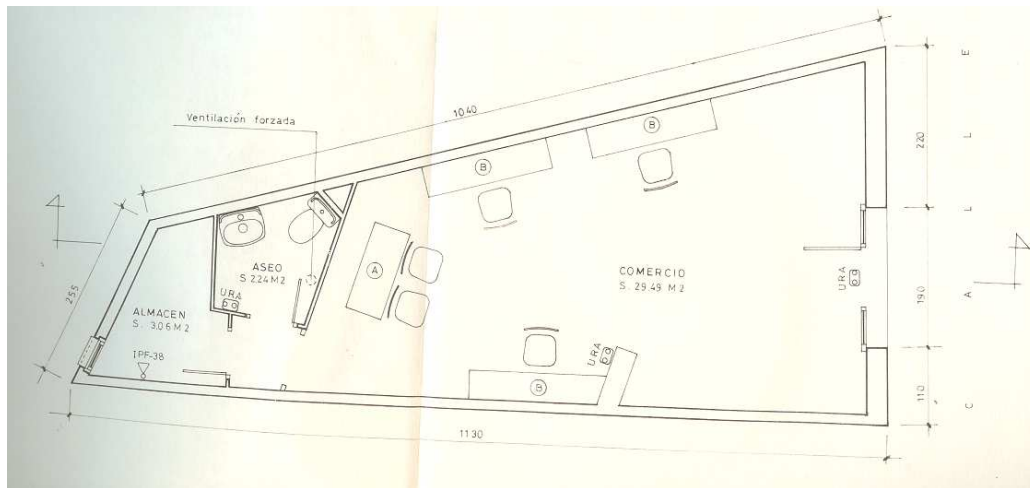
5.1 Característiques del local

La Perruqueria Maldonado's es localitza a la Plaça del Rellotge, una de les zones més transitades i comercials del barri del Fondo. El local es troba a un edifici plurifamiliar entre parets mitgeres. Té accés directe des de la via pública de 1.90 m d'ample. L'altura lliure del local és de 2.55 m.

La superfície útil del local, d'una sola planta, és de 34.79 m² repartits de la següent manera:

- Comerç: 29,49 m²
- Magatzem: 3.06 m²
- Lavabo: 2.24 m²

Plànol del local:



Respecte a la prevenció d'incendis, l'establiment consta d'un extintor IPF-38 de CO₂ de 5 kg. Per altra banda, la instal·lació elèctrica disposa d'un interruptor diferencial i d'un ICPM, com a sistemes generals de protecció. A més, a la zona de comerç hi ha tres equips d'emergència i senyalització de 12 w c/u amb autonomia d'una hora aproximadament. Al local trobem els següents elements de consum amb les seves respectives potències elèctriques:

- Rentacaps amb escalfador elèctric 50 l.: 2 kw
- Assecadors manuals: 0.6 kw
- Talladors de cabell: 0.4 kw

5.2 El servei ofert

El servei que ofereix la perruqueria està centrat en la imatge. Els serveis s'intenten proporcionar amb la màxima qualitat, tracte i higiene. Tot i ser productes oferts a la resta dels establiments de la competència, la perruqueria Maldonado's compta amb la confiança i l'experiència que li dona el seu recorregut històric des de la seva obertura al 1961.

A continuació trobem una taula on s'ha recollit els serveis que es proporcionen actualment i els seus respectius preu:

SERVEIS	P.V.P
TALL DE CABELL TOT AMB MÀQUINA	8,30 €
TALL DE CABELL NORMAL I PENTINAR SENSE GOMINA	8,80 €
TALL DE CABELL MODERN QADRAT. CENDRER. SENSE GOMINA	9,30 €
TALL DE CABELL MODERN PICS. CRESTES. SENSE GOMINA	9,30 €
MARCAR RATLLES EN EL TALL DE CABELL SUPLEMENT	0,80 €
TALL DE CABELL A NAVALLA	12,30 €
TALL A NAVALLA I RENTAT	15,10 €
NOMÉS RENTAR	2,80 €
NOMÉS PENTINAR	3,80 €
RENTAR I PENTINAR	6,30 €
AFAITAR	6,80 €
ARREGLAR BARBA	8,30 €
ARREGLAR BARBA FINA	9,00 €
NOMÉS REBAIXAR BARBA	6,30 €
NOMÉS ARREGLAR BIGOTI	2,30 €
NOMÉS ARREGLAR COLL	2,30 €
METXES	35,00 €
METXES NOMÉS A DALT	17,00 €
TENYIR	23,00 €
PERMANENT	40,00 €
PLACENTA	4,00 €
RONQUINA	1,00 €
GOMINA ESCUMA LACA FORTA	0,30 €

*Elaboració pròpia

Encara que hi ha un gran ventall de serveis, tal i com es pot veure a la taula anterior, el més demanat és el tallat de cabell.

A més, a l'igual que altres centres de bellesa, la Perruqueria Maldonado's ofereix als seus clients la possibilitat de comprar un seguit de productes, els quals hem enumerat a la següent taula:

Productes	Preu venta
Perfum 100ml.	17 €
Body Lotion	4 €
Pack regal perfum	23 €
Crema hidronutritiva	16 €
Llet netejadora	4,5 €
Tònic facial	4,5 €
Pack bellesa	23 €
After shave	4 €

*Elaboració pròpia

L'establiment ofereix el seu servei de Dimarts a Divendres, de 8:30 a 13:30 i de 15:30 a 20:30 hores. A part d'això, els dissabtes la perruqueria es manté oberta durant tot el dia amb un horari des de les 7:30 fins a les 20:30 hores.

A dia d'avui, la perruqueria disposa de dos professionals a la seva plantilla, l'empresari emprenedor i un treballador contractat a jornada completa.

5.3 Els clients

Tal i com hem comentat, la clientela actual de la Perruqueria Maldonado's només és masculina. El número de clients setmanals ronda els 150. El marge d'edat d'aquests clients es troba entre els 20 i 70 anys, encara que també ofereix el seu servei a nens i adolescents. El nivell econòmic dels clients és totalment suficient per poder gaudir del servei, el qual s'adequa a la renda de les persones que viuen al barri del Fondo.

Continuant amb la idea anterior, la majoria dels clients són del barri, molts d'ells ja considerats clients fidels de tota la vida, degut a que la perruqueria porta ja 48 anys en funcionament. Tot i això, en els últims anys el número de clients s'ha vist incrementat gràcies a l'augment de la població provocat per la gran magnitud d'immigració que ha arribat al barri. Cal considerar que el treballador contractat és llatinoamericà, això facilita la integració dels clients immigrants de la perruqueria.

5.4 Fiscalitat

La forma jurídica del propietari del negoci és la d'autònom, ja que és la que millor s'adaptava a les necessitats del negoci.

Els tràmits que s'han de respectar en adoptar aquesta forma jurídica i les seves característiques principals són les següents:

- El factor fonamental d'aquesta forma jurídica és el treball.
- El capital mínim obligatori és de 0€.
- La fiscalitat que afecta és l'IRPF.
- Hi ha responsabilitat patrimonial limitada, és a dir, no existeix una separació entre el patrimoni de l'activitat i el patrimoni personal. L'empresari individual respon davant dels deutes de la seva activitat amb la totalitat dels seus béns.
- Els passos per a legalitzar l'activitat són senzills i ràpids, només es necessita un dia per a dur a terme els diversos tràmits.

Els requisits legals que han de complir aquells aspirants a autònoms, són els següents¹:

- Declaració Censal d'Inici d'Activitat: Notificació a Hisenda conforme s'inicia una activitat empresarial. L'alta és gratuïta, però cal tenir en compte que a partir d'aquest moment es generen obligacions fiscals, pel que s'haurien de presentar trimestralment les liquidacions corresponents. Cal donar-se d'alta abans d'iniciar l'activitat empresarial.
- Alta en el règim especial d'Autònoms de la Seguretat Social: És obligatòria la inclusió en aquest règim a qualsevol persona que iniciï una activitat empresarial. L'alta és gratuïta, però a partir d'aquest moment estem obligats al pagament mensual de la quota d'autònoms. El termini màxim és de 30 dies naturals un cop s'inicia l'activitat.

En el nostre cas, el propietari del negoci ja va realitzar aquests tràmits l'any 1991 quan va tenir lloc el traspàs de la perruqueria.

5.5 Anàlisi DAFO

Amb l'objectiu d'analitzar d'una manera més clara la situació actual en què es troba la perruqueria, ens disposem a fer un anàlisi DAFO. Aquest consta de la determinació de les *Debilitats*, *Amenaces*, *Fortaleses* i *Oportunitats* del negoci. D'aquesta manera podrem saber en quins aspectes tenim avantatge comparatiu o en quins hem de millorar. També podrem saber quines noves oportunitats del mercat podrem aprofitar i en quins aspectes hem d'anar amb molt de compte.

- Debilitats: La imatge del negoci està condicionada per les tendències del barri, això li provoca que no pugui seguir les últimes tendències en estètica tot mantenint una imatge massa tradicional.

- Amenaces:

- Recent obertura de nous establiments de la competència, sobretot nous negocis immigrants que podrien fer perdre part de la clientela a causa dels seus baixos preus.

¹ Informació obtinguda a Grameimpuls (organisme que executa les polítiques de promoció econòmica i d'ocupació definides per l'Ajuntament de Santa Coloma).

- Fa poc temps estem patint una crisi econòmica que està afectant a la majoria de la població i ha originat, entre altres coses, una creixuda notable de la taxa d'atur. Aquest fenomen afecta al negoci amb una baixada lleugera de la demanda de serveis de perruqueria.

- En els últims anys molta població autòctona de Santa Coloma de Gramenet està marxant. Per tant, el negoci està patint la pèrdua d'alguns dels seus clients habituals.

- Fortaleses:

- La Perruqueria Maldonado's és un negoci familiar i està en una posició privilegiada respecte les altres perruqueries del barri per la seva fidel clientela i per la seva situació geogràfica. Aquest negoci té una clientela consolidada que li ha permès obtenir una gran experiència i prestigi en aquest sector. A més, està situada a la plaça del Rellotge, una zona amb bones vies de comunicació que fa més fàcil el seu accés i on el comerç és força important.

- Els preus que ofereix són força competitius ja que es troben entre la mitjana dels preus de la zona i el servei proporcionat és de qualitat.

- Oportunitats:

- En l'actualitat el món de l'estètica és molt important i cada cop està més present en la mentalitat de la població el fet de tenir una bona imatge. Aquest fet ha permès innovacions en aquest sector i cada any surten noves tendències i nous estils. Per tant, el fet de tenir un servei més ampli per al client és positiu per al negoci si aquest segueix les tendències en aquest mercat.

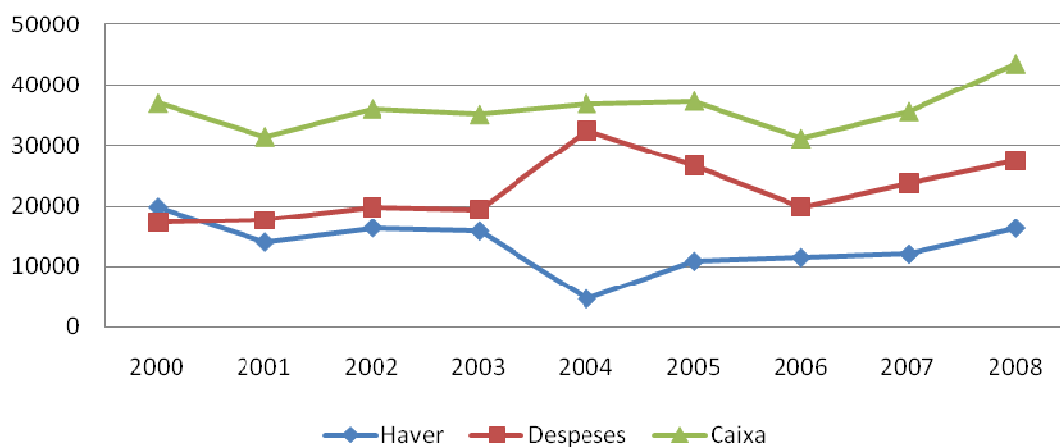
- Noves ajudes i subvencions concedides als autònoms per l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet per a dur a terme reformes i ampliacions del negoci.

5.6 Anàlisi econòmic

Mitjançant el gràfic següent, podem observar que l'evolució de la perruqueria entre els anys 2000 i 2008 ha estat força positiva. Si ens fixem en les despeses veiem que sempre s'han mantingut entre els 20.000 € anuals, menys l'any 2004 quan un dels treballadors va ser despatxat i això va comportar un augment de les despeses fins a

un màxim de 30.000 € aproximadament. Les despeses se'n van reduir entre els anys 2005 i 2006, però després tornaren a pujar ja que se'n va contractar un nou treballador. La caixa ha estat sempre més o menys constant, oscil·lant entre els 30.000 i 40.000€ anuals. Observem que l'any 2006 pateix una petita davallada que es recuperarà als últims anys fent uns màxims històrics. En quant als beneficis obtinguts, veiem que varien entre els 10.000 i 20.000€ anuals i que descendeixen l'any 2004 pel motiu esmentat anteriorment. Després s'observa que aquests augmenten els últims anys aconseguint retornar als màxims beneficis obtinguts amb anterioritat.

Evolució de la perruqueria (2000-2008)



*Elaboració pròpia

Per tal de tenir un anàlisi més detallat, analitzarem minuciosament els ingressos, costos i beneficis.

A la següent taula podem veure els costos fixos que ha tingut la Perruqueria Maldonado's durant l'últim any, que han estat de 28.549,58 €. La major despesa que afronta és el pagament del salari del seu únic treballador, que representa un 39% d'aquests costos aproximadament.

COSTOS FIXOS	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Anual	Promig mensual
Lloguer	385,32 €	385,32 €	385,32 €	385,32 €	1.541,28 €	128,44 €
Serveis de professionals ind.	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	600,00 €	50,00 €
S.S treballador	1.221,98 €	1.233,81 €	1.228,89 €	1.226,43 €	4.911,11 €	409,26 €
Sous i salaris	2.365,08 €	3.183,40 €	2.365,08 €	3.183,40 €	11.096,96 €	924,75 €
Subministraments	220,33 €	156,66 €	306,34 €	227,08 €	910,41 €	75,87 €
S.S Autònom	1.507,92 €	1.507,92 €	1.507,92 €	1.507,92 €	6.031,68 €	502,64 €
Taxa recollida escombreries	0,00 €	0,00 €	0,00 €	115,00 €	115,00 €	9,58 €
IRPF	386,79 €	386,79 €	386,79 €	386,79 €	1.547,14 €	128,93 €
Assegurances	700,00 €	700,00 €	0,00 €	0,00 €	1.400,00 €	116,67 €
Compra material oficina	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	36,00 €	3,00 €
Despeses diverses	90,00 €	90,00 €	90,00 €	90,00 €	360,00 €	30,00 €
TOTAL	7.036,42 €	7.802,90 €	6.429,34 €	7.280,94 €	28.549,58 €	2.379,13 €

*Elaboració pròpia

Pel que fa als costos variables, hem considerat la despesa en la compra de productes que va realitzar al llarg de l'any 2008². Aquest cost va ser de 1589,79€. Per tant, els costos totals que va haver d'afrontar, considerant tant els fixos com els variables, van ser de 30.139,37€.

Respecte als ingressos obtinguts, aquests poden provenir dels serveis oferts o de la venda de productes. Els ingressos totals del 2008 van rondar els 3.600€ mensuals, és a dir, uns 43.200€ l'any. D'aquest total, 1.185€ provenen de la compra de productes per part dels clients. La venda de perfums representa un 89% del total d'ingressos per la venda de productes.

Productes	Cost Adquisició	Preu venda	Productes venuts	Ingressos
Perfum 100ml.	13,29€	17€	62	1054€
Pack regal perfum	17,01€	23€	5	115€
After shave	2,49€	4€	4	16€
Total			71	1185€

*Elaboració pròpia

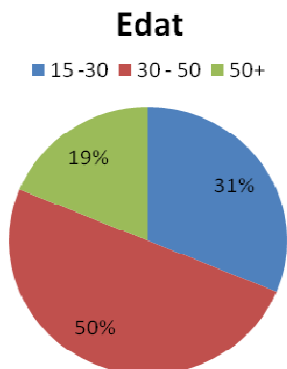
Per tant, si restem als ingressos anuals el total dels costos, obtenim que a l'any 2008 la Perruqueria Maldonado's va tenir un benefici que rondava els 13.060,30€, és a dir, una mica més de 1.000€ al mes.

² Veure apartat 1 de l'annex: Cost en la compra de productes per atendre a la clientela masculina.

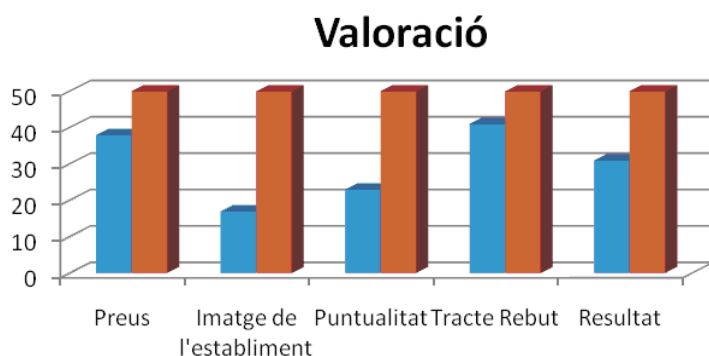
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1 Anàlisi de la futura clientela

Per tal de poder tenir una estimació objectiva del tipus de servei que hauríem de donar al nou públic femení, hem fet un total de 50 enquestes a dones del barri on està situada la nostra perruqueria. Després de fer un buidat de les dades, els resultats obtinguts s'analitzen en els següents gràfics:



Amb l'objectiu de situar una mica millor la població a la que ens hem adreçat, ens hem centrat en la totalitat de la població femenina a partir dels 15 anys, però amb un major percentatge de dones de mitjana edat, entre 30 i 50 anys.



Donades un conjunt de 5 opcions a valorar escollint-ne 3, la columna grana, ens indica el total d'enquestes realitzades, és a dir, sempre 50, mentre que la blava ens

indica el número de vegades que cada opció ha estat escollida entre les 5 totals.

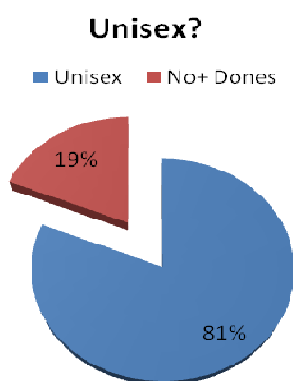
Les dades ens mostren algunes idees clares. En primer lloc, podem veure com el preu, i sobretot el tracte rebut, apareixen gairebé en la totalitat dels resultats. Ambdues opcions van ser escollides per més de 35 persones. La tercera opció amb major elecció és el resultat, amb un valor al voltant de 30. Per últim, la puntualitat i la imatge de l'establiment han estat les opcions menys escollides per les enquestades, no arribant en cap de les dues opcions a un valor de 25 sobre 50.

Això ens indica que tot i que la imatge de l'establiment ens sembli part essencial del nou negoci, tindrà més importància futura el tenir un tracte cordial amb el client i la fixació d'uns preus competitius.

Una altra qüestió que ens interessava era saber si les dones tenen algun tipus de preocupació en el fet d'anar a una perruqueria unisex.

Per tal d'informar-nos sobre això, la pregunta va ser directa:

“L'hi és indiferent anar a una perruqueria unisex, o prefereix anar a una que sigui només de dones?”

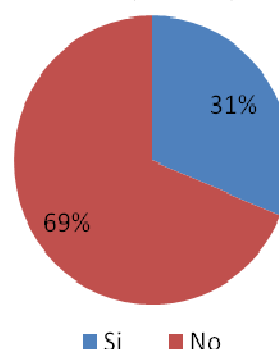


El resultat és força clar, excepte un 19% de les enquestades, les dones no mostren cap tipus de pudor, pel fet de compartir una perruqueria amb els homes. Aquest fet ens és tranquil·litzador ja que ens diu que la preocupació de poder perdre clientela objectiu, pel fet de ser perruqueria unisex, ha de ser mínima.

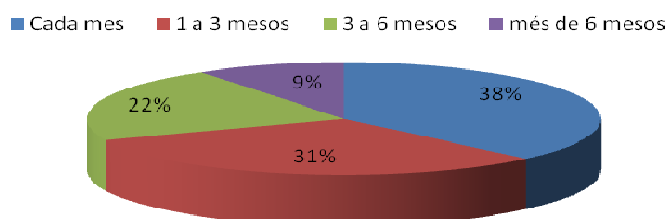
Aquesta resposta concorda perfectament amb la pregunta similar feta a la clientela masculina que ja té la perruqueria, la qual comentarem posteriorment.

Un altre aspecte a conèixer és el fet de saber si el públic femení és fidel a la perruqueria que acudeix o no. Veiem que tot i que la clientela femenina és bastant fidel, hi ha un 31% de les enquestades que canvien de perruqueria. Per tant haurem d'intentar tenir un tracte amable i cordial amb la clientela ja que, tal com hem vist al primer gràfic, és la qualitat més valorada; a més d'una política de preus competents que ens permeti evitar que la clientela femenina deixi de venir.

Canvia de perruqueria?

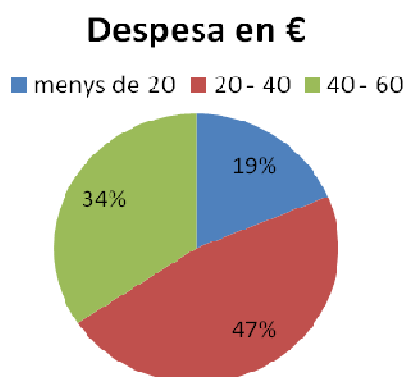


Cada Quant?



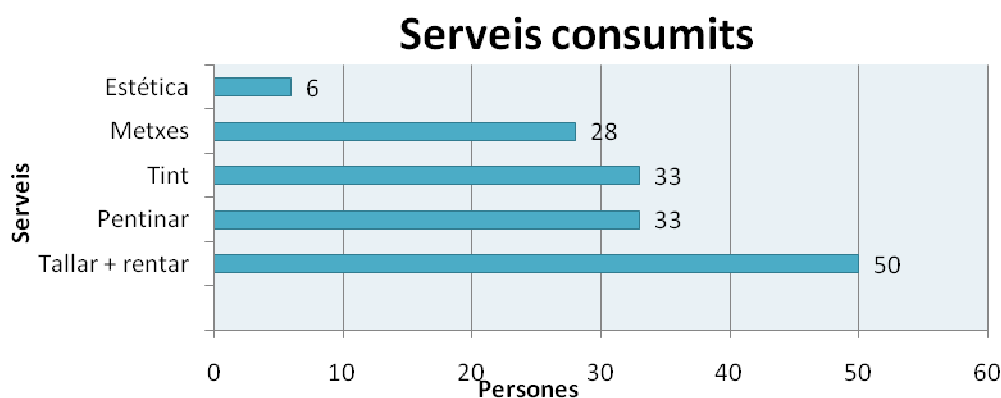
Tot volent analitzar d'una forma més exhaustiva la futura clientela, vam preguntar quina era la assiduitat amb la que les dones assisteixen a la perruqueria. Els resultats,

tot i ser una mica dispersos, ens diuen que les dones van bastant a la perruqueria. Gairebé el 40% d'elles va cada mes i un 30% amb una periodicitat entre 1 i 3 mesos. Això ens informa que hem d'intentar familiaritzar-nos amb la clientela femenina, ja que si les coses van bé ens visitarà cada poc temps.



Per tal de fer una bona política de preus, i de combinació de serveis, hem trobat interessant conèixer quant gasten les dones cada cop que van a la perruqueria. Els resultats ens indiquen que el gruix principal es troba entre els 20-40 €, interval on pensem que s'hauran de situar els nostres preus.

Per últim, relacionat amb l'apartat anterior, vam preguntar quins són els serveis que consumeixen quan van a la perruqueria.



El primer resultat a destacar és que totes les enquestades es tallaven i rentaven el seu cabell. Això ens pot indicar que ens serà necessari estar a l'última en les modes de nous pentinats, però sense deixar de banda els més tradicionals.

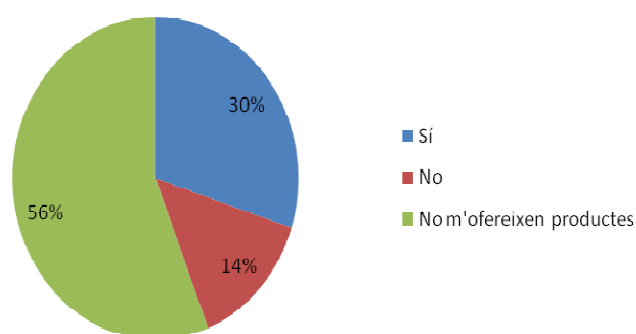
El fet de que també una part important de les enquestades demani tint i metxes ens diu que ens serà necessari comptar amb una extensa gama de colors de tints. Això ens pot fer replantejar el sistema utilitzat per atendre a la clientela, ja que l'ús dels tints requereix un temps addicional, però a la vegada també possibilita poder atendre al mateix temps a altres clients.

Un altre resultat que ens va sobtar és que tot i que gairebé la totalitat de les perruqueries unisex de la competència ofereix serveis d'estètica, la demanda d'aquests és mínima. Del total de les 50 persones enquestades, només 6 utilitzaven el servei.

Això ens fa pensar si ens seria rentable assumir els costos que aquesta especialització requereix tot sabent que la seva demanda no serà gaire elevada.

Per altra banda, hem de tenir en compte que a les perruqueries es venen un seguit de productes de bellesa. Per tant, hem decidit preguntar a les dones si normalment compren algun d'aquests productes. Tal i com veiem al gràfic de la dreta, només el 30% de les dones enquestades en compra. Però el més destacat és que una mica més de la meitat

Compra productes a la perruqueria?



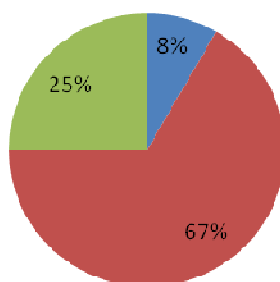
de les enquestades asseguren que a les perruqueries que acudeixen no li ofereixen la possibilitat de comprar productes de bellesa. Això ens fa pensar que si a les perruqueries es promocionés la venda de productes, aquesta podria augmentar considerablement.

Podríem treure com a conclusió que resultaria interessant oferir a la clientela un seguit de productes per si els volen comprar ja que trobaríem una nova font d'ingressos.

6.2 Estudi a la clientela actual

Si aquesta perruqueria passara a atendre també a dones...

- Deixaria de venir
- Seguiria acudint si mantenen els mateixos preus i rebo el mateix tracte
- Seguiria acudint sense importar-me els canvis



Tal com hem dit anteriorment, els homes que ja assisteixen a la nostra perruqueria també han estat objecte del nostre estudi. A 60 d'ells se'ls ha preguntat si deixarien d'acudir a la perruqueria si aquesta passés a atendre a dones.

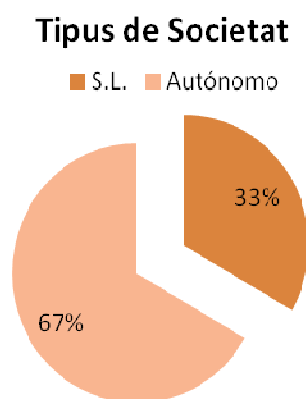
La resposta ha estat clara. Un 67% dels enquestats continuaria venint però amb la condició de què el tracte rebut i el preu establert no canviessin. Mentre que un 25% també continuaria venint indistintament, encara que els preus s'elevessin. En canvi, només un 8% deixaria d'acudir.

Tot i ser una pèrdua a considerar, observada la demanda del sector femení, es podria compensar amb l'assistència de les dones.

Una de les coses que queda més clara és que les condicions d'atenció als homes no han de canviar. Hem d'intentar mantenir el mateix sistema d'atenció i els mateixos preus que tan bons resultats estan donant a dia d'avui.

6.3 Anàlisi de la competència

Per a estudiar la futura competència i, a més, per a tenir una idea de les característiques que hauria de tenir el nostre negoci, hem realitzat una enquesta en les perruqueries unisex que ha hi per la zona. Els objectius principals d'aquesta enquesta eren veure l'estat de la competència i fer-nos una idea de les seves polítiques a l'hora d'atendre a la clientela. Ens hem centrat en la seva clientela, els preus i les dimensions del local. Els resultats obtinguts els hem recollit en els següents gràfics:



Al gràfic del costat hi ha representat el tipus de societat de les perruqueries unisex que ens faran competència. El 67% són autònoms, mentre que només el 33% formen una Societat Limitada (S.L.). La Perruqueria Maldonado's, tal com hem dit anteriorment, és autònoma, coincidint amb la majoria. Anem a veure per sobre les principals característiques d'una S.L.

En primer lloc, cal dir que el temps de constitució d'una S.L és molt més gran que el de donar-se d'alta com a autònom. Tot això es degut a què per a formar una S.L. primer has de constituir-te com a societat, després adquirir una personalitat jurídica i tot seguit has de seguir una sèrie de tràmits legals per a poder donar d'alta la teva activitat.

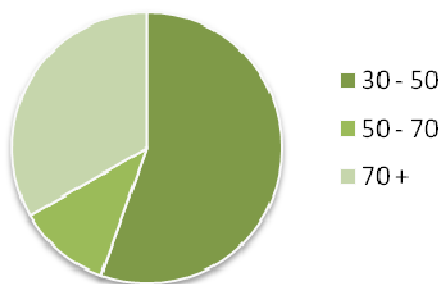
El segon punt diferenciable rau en el capital necessari per poder emprendre l'activitat, cal un capital inicial mínim de 3004,06€.

Tot seguit parlarem de la responsabilitat davant tercers. En el cas de l'autònom aquest ha de respondre il·limitadament, en canvi, la S.L. només respon amb el patrimoni mercantil.

Finalment cal centrar-nos en els impostos. La societat tributa sempre un percentatge fix dels seus beneficis, que per a les PYMES és d'un 25%.

En definitiva, ser autònom suposa unes majors facilitats en comparació amb les S.L. Com el propietari actual de la Perruqueria Maldonado's és autònom, aconsellem que es mantingui així i que no es planteji la idea de convertir el negoci en una S.L. A més, ens estalviem el temps i els tràmits que suposaria.

m2 perruqueries unisex

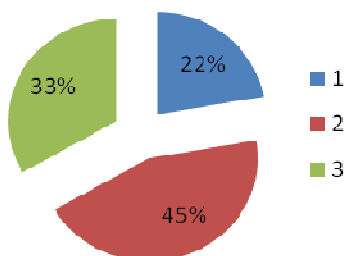


Per tal de saber si en qüestions de dimensió el nostre local podria adequar-se a l'atenció del públic unisex, una de les qüestions era saber quants m² tenien els establiments. Tal i com podem veure al gràfic de l'esquerra aproximadament el 56% de les perruqueries del barri no superen els 50 m². Com el nostre local té una superfície total de 34.79 m², tenim la possibilitat

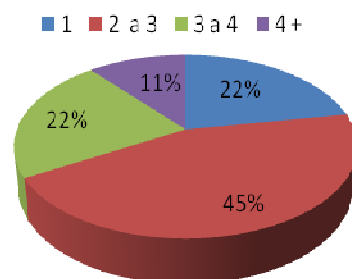
d'ampliar el nostre negoci sense canviar de local ja que formariem part del interval on es troba la gran majoria.

Una altra qüestió que ens hem plantejat és el nombre de treballadors de les perruqueries unisex i el número de clients que poden atendre a la vegada.

nº empleats



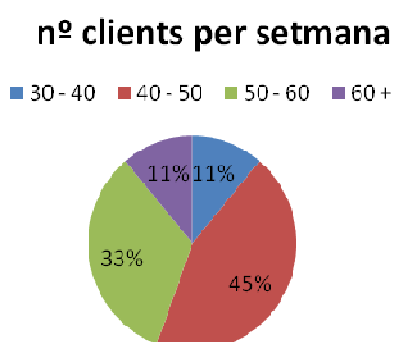
Capacitat d'atendre clients



Cap de les perruqueries estudiades superen els 3 treballadors. La majoria d'elles disposen de 2 treballadors (45%) o 3 empleats (33%), amb els quals poden atendre a un total de 2 o 3 clients en el 45% dels casos.

Aquest fet ens pot donar una possible visió sobre la futura atenció a la clientela que podríem tenir. Ens fa plantejar-nos el fet d'haver de contractar un treballador més per tal de poder atendre a un número major de clients a la vegada, ja que actualment només es poden atendre a 2 clients al mateix temps.

A continuació, passarem a analitzar la demanda de les perruqueries unisex del barri i els preus del serveis que aquestes ofereixen.



Primerament, mitjançant el gràfic del costat, analitzarem els resultats obtinguts respecte al número de clients per setmana. Les perruqueries no tenen sempre els mateixos clients cada setmana, però hem pogut concloure que, en general, el nombre de clients oscil·la entre els 40 i 60 per setmana.

Cal aclarir que es va preguntar a cadascuna de les perruqueries

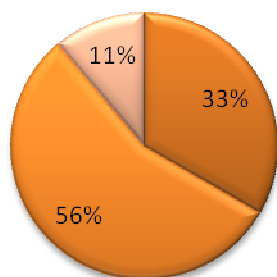
enquestades quina era la proporció que tenien de clientela femenina o masculina. Cap d'elles ens va poder oferir dades exactes, però la majoria ens deien que atenien a una proporció més gran de dones que d'homes (un 80% de la clientela eren dones i un 20% eren homes, aproximadament). Igualment, el propietari d'una de les nou perruqueries analitzades ens va dir que la seva clientela era majoritàriament masculina. Era l'únic cas que no es comportava com la majoria. Pensem que la nostra perruqueria, podria assemblar-se a aquest últim cas, degut a que actualment només atén a homes.

En el cas de la Perruqueria Maldonado's, tal com s'ha dit anteriorment, diàriament té al voltant de 30 clients que a la setmana sumen 155 clients aproximadament, un número molt superior. El fet d'haver d'atendre només a homes li deixa tenir aquest major número de clients perquè s'ha de tenir en compte que el temps dedicat a atendre les dones és molt superior i, com a conseqüència, també el seu preu.

Enllaçant amb el dit anteriorment, hem volgut saber quin era el preu que les perruqueries de la competència establíen en els seus serveis.

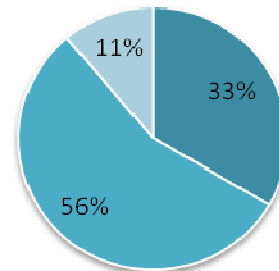
Preu tallat de cabell (homes)

6 a 8 8 a 10 10 +



Preu tallat de cabell (dones)

10 a 15 15 a 20 20 +

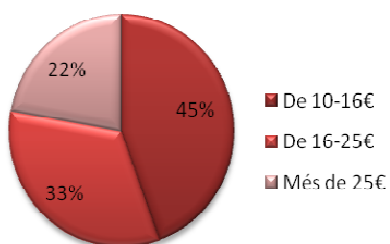


El primer dels preus en el que ens hem centrat ha sigut el tallat de cabell.

En el cas dels homes el preu, amb un percentatge bastant elevat, es troba entre 8 i 10€. A la Perruqueria Maldonado's, aquest preu varia en funció de com desitgi el client que li tallin el cabell (amb màquina, tall normal, modern...). Però, en general, també oscil·la entre els 8 i 10€. Per tant, com ens trobem dins del marge de preus de la majoria, tenim la possibilitat de mantenir els preus actuals. D'aquesta manera la clientela actual no hauria de suportar grans canvis als nivells de preus com a conseqüència de l'ampliació del negoci.

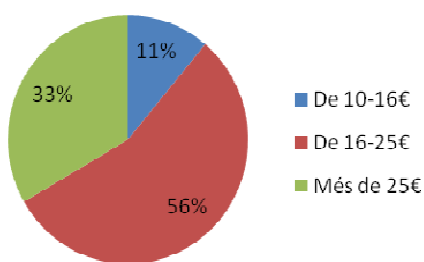
Pel que fa a aquest mateix servei en el cas de les dones, trobem que el preu varia entre 15 i 20€ en un 56% dels casos. A les enquestes realitzades a les dones, que després comentarem, els altres serveis més demanats són el tint, les metxes i la permanent. Pel que fa a aquests serveis, només avaluarem els preus oferts a les dones ja que el homes, en general, no els demanen.

Preu Tint (Dones)



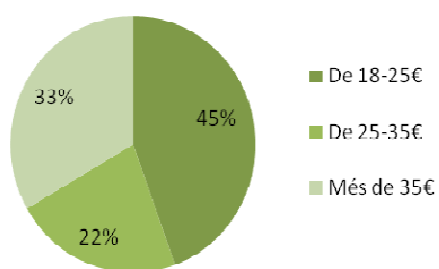
En aquesta primera gràfica podem veure els preus del tint per a dones en les perruqueries properes a l'analitzada. Gairebé la meitat de les perruqueries ofereixen aquest servei a un preu que es troba entre els 16 i 25€.

Preu Metxes (Dones)



Pel que fa a les metxes, els resultats obtinguts són semblants al del tint. Veiem que, en aquest cas, una mica més de la meitat de les perruqueries enquestades tenen uns preus que varien entre els 16 i els 25€.

Permanent (Dones)

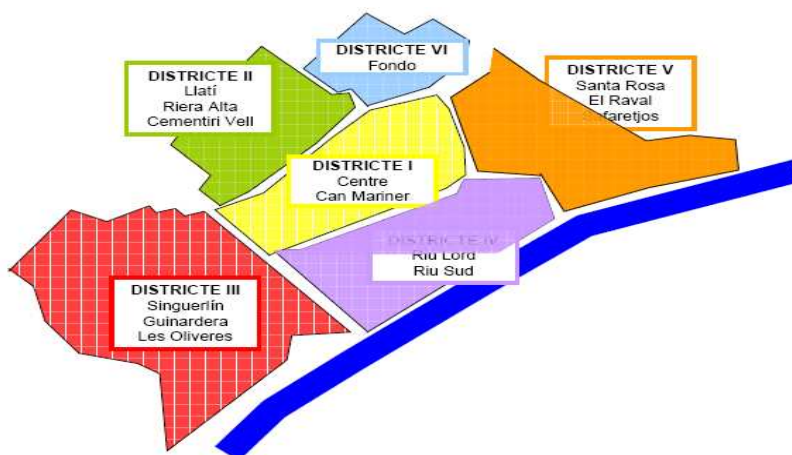


Per últim, tenim els preus de la permanent per a dones de la futura competència. Els preus majoritaris estan entre 18 i 25€ en el 45% dels casos, i més de 35€ al 33% de les perruqueries analitzades.

A partir d'aquestes últimes dades recollides als tres gràfics anteriors, ens podem fer una idea del preu que hauríem d'establir a aquests serveis per tal de poder fer la competència a les perruqueries assentades al sector. Això sí, sense oblidar que amb aquests preus puguem cobrir els costos i, a més, obtenir algun marge de benefici.

6.4 La demanda del barri

Santa Coloma de Gramenet és una ciutat situada a l'àrea metropolitana de Barcelona. Amb una població de 16.900 persones, el barri del Fondo és un dels més transitats de la ciutat.



* Imatge extreta de www.grame.net

Tot i ser el districte més petit, la població del Fondo ocupa un 12% de la totalitat de Santa Coloma.

Dins d'aquesta població ha de sortir la nostra futura clientela femenina, però abans parlarem a grans trets sobre com són les famílies de la ciutat.

Les famílies de Santa Coloma en general, i accentuat pel nou fenomen immigratori experimentat durant els últims anys, no gaudeixen d'un nivell econòmic gaire elevat. Segons l'estudi del POEC (Programa d'orientació per als equipaments comercials), en el qual ens centrarem en aquest apartat, les famílies del barri compleixen les següents característiques:

- En un 86,8% de les famílies, hi viuen entre 2 i 4 persones.
- Un 87% de les llars tenen uns ingressos mensuals inferiors a 2.500€.
- Alt pes de les mestresses de casa (54,3%).

D'acord amb les dades que facilita l'INE (Institut Nacional d'Estadística) de la totalitat de la despesa familiar de les famílies catalanes, un 8,70% es dedica a l'equipament de la persona (grup que entre d'altres, inclou serveis de bellesa i estètica, com és el cas del servei de perruqueria). Tot i això, tal i com indica el POEC, les famílies de Santa Coloma tenen un nivell de despesa en béns de consum inferior al de la mitja catalana. Considerant la família catalana anual com el 100%, l'estudi situa a la família colomenca en un 74,2% en quant a aquest aspecte.

El resultat expressat en dades numèriques diu que a Santa Coloma la despesa és de 6.196,40 €.

A l'any 2005 la població de Santa Coloma de Gramenet generava un potencial de despesa anual de 441 milions d'euros, però una part d'aquests diners es gasten fora de la ciutat. Aquest fenomen és anomenat fuga de compres.

La fuga de compres consisteix en persones que o bé decideixen no participar en el conjunt comercial, o bé que hi participen però ho fan fora del municipi o del barri.

Segons les dades del POEC, el percentatge de fuga de compres que hi ha en el sector d'equipament de la persona al barri del Fondo és d'un 32,4%, xifra que representa una totalitat de 20.325,7 milers d'euros que "marxen" a un altre municipi o bé no es gasten en aquest sector.

Considerant aquestes dades i establint la totalitat de la població femenina del Fondo com a possible futura clientela, estimarem quina podrà ser la nostra nova població

objectiu, és a dir, el número aproximat de clients femenins que vindran a la nostra perruqueria un cop ja sigui unisex.

De la totalitat de persones que hi ha al barri, 7.938 són dones. Al haver-hi 9 perruqueries que atenguin a dones (és a dir, unisex o només femenina), nosaltres ens establiríem com la número 10. Llavors, dividint el número de dones entre el número de perruqueries (10), ens dona un resultat aproximadament de 794 dones per perruqueria.

En introduir el concepte de fuga de compres, aquest resultat se'ns redueix a 536 dones (un 32,4% de les possibles clientes han estat retirades).

Per tant, la nostra població objectiu és de 536 dones. Ara, mitjançant les dades estretes de l'enquesta que hem realitzat a les dones del barri, establirem quina seria la futura clientela mensual femenina. El mètode que seguirem consisteix en veure amb quina assiduitat acudeixen les dones del barri a la perruqueria i el total d'aquestes dones ho dividirem pel nombre de mesos que triguen en tornar a demanar els serveis oferts a una perruqueria.

- El 38% de les dones va un cop al més (204 dones).
- El 31% va cada 3 mesos. Es tracta de 166 dones, que dividit per 3, ens - dóna un resultat aproximat de 55.
- El 22% acudeix cada 6 mesos. Representa un total de 118 dones, que al dividir-ho per 6 ens adjudica 20 dones més.
- Un 9% visita la perruqueria amb temporització superior als 6 mesos. Per a simplificar els càlculs hem establert que van a la perruqueria només un cop l'any. Això ens marca un total de 48 dones, que dividit per 12 ens dóna aproximadament 4 clients més cada mes.

Si sumem el nombre de dones que acudeixen cada mes a la perruqueria obtenim una xifra total de 283 dones.

Per fer-ho més indicatiu i considerant que els mesos estan formats per 4 setmanes, la clientela femenina que hauríem d'atendre setmanalment és de 70 ($283/4$), xifra que concorda bastant amb la clientela que les perruqueries de la competència deien atendre.

7. REFORMA DEL LOCAL

És evident que si volem ampliar el públic del nostre servei, hem de donar una nova imatge al nostre establiment. Hem de fer una reforma que modernitzi el local i sigui capaç de poder atreure al sector femení, potser més exigent en aquests temes. Una nova imatge ens ajudarà a complir aquest objectiu.

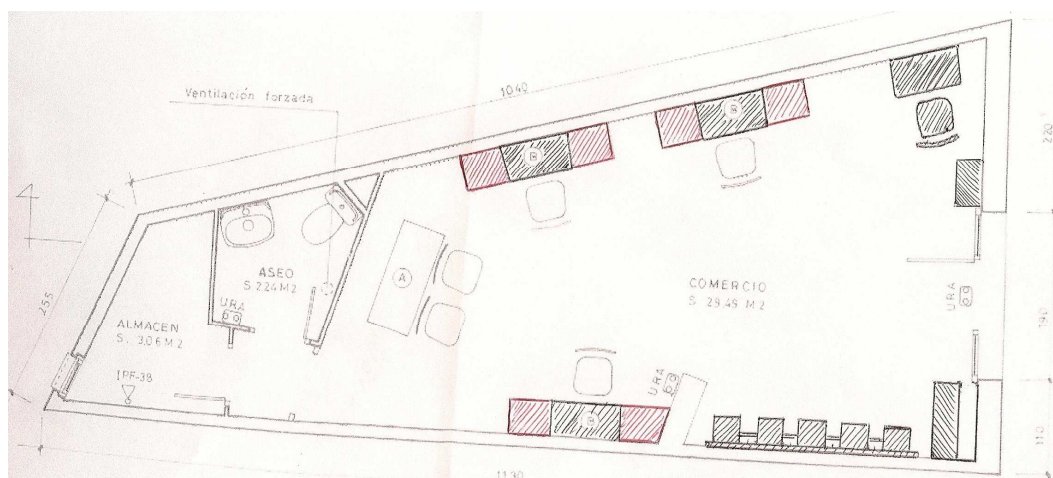
Actualment la Perruqueria Maldonado's compta amb una imatge masculina. Hem proposat una sèrie de canvis que ajudarien a la seva transformació en perruqueria unisex, els quals comentarem en els paràgrafs següents.

El primer d'ells, el qual considerem primordial, seria donar un altre color més viu a les parets ja que actualment són blanques. Un color salmó, li donaria un tonalitat més vivaç i un ambient més modern. A més, aquest color combinaria a la perfecció amb nou mobiliari escollit.

Tot i que el mobiliari actual no és massa vell, la seva estètica és masculina. A part, el local només compta amb tres seients que siguin capaços d'atendre els clients. Amb la nova reforma pensem que seria adient incloure un seient més per atendre més clients a la vegada.

El local no només s'ha d'habituar interiorment. Una nova imatge exterior ajudarà a atreure més clientela. Per aquest motiu i amb la necessitat de fer-ho per poder complir els requisits de la subvenció de l'ajuntament, habituarem el local amb una rampa de discapacitats i amb una nova retolació en català.

Degut a la reforma, el local necessitarà una nova distribució, la qual es pot veure en el següent plànol:



Com és evident, aquestes reformes ens imputaran un conjunt de costos, que detallarem a continuació:

- Pintura: La pintura, que hem escollit per cobrir la totalitat de metres quadrats del local, ens suposarà uns costos de 65€. El cost de la mà d'obra per tal de pintar el local serà de 0€, ja que tenim pensat no demanar l'ajuda d'un professional. El corró de pintura i altres estris necessaris per pintar ens suposen uns costos de 19€.

Cost total de pintar el local: 84€

- Mobiliari: El nou mobiliari del local, consta dels següents elements:
 - o 4 noves butaques, amb un cost de 184,73€ cadascuna (738, 92€).
 - o Un moble de recepció amb un preu de 357,50€.
 - o 2 rentacaps amb un cost de 530,82€ per unitat (1061,64€).
 - o 2 carrets per tal de tenir una millor mobilització dels estris a un preu de 39,50€ cadascun (79€).
 - o 2 tamborets per tenir una major comoditat del treballador amb un cost de 42,50€ la unitat (85€).
 - o 4 tocadors conjuntats amb les butaques a un preu de 257,50€ (1030€).
 - o Una bancada amb cinc seients d'espera valorada en 397,31€.
 - o Un expositor per tal de mostrar els productes venuts a la perruqueria valorat en 349,96€.

Cost Total Mobiliari: 4099,33€



- La retolació en català, suposarà un cost de 610€.
- La rampa d'accessibilitat per discapacitats té un cost de 204,80€.
- Per acabar de finalitzar la reforma, hem pensat que seria interessant actualitzar els aparells informàtics de la perruqueria. Per això hem pensat que seria adient comprar un ordinador



portàtil, que ajudés a tenir una millor organització de les dades econòmiques.
El seu cost, consultant ofertes, seria de 399'99€.

COST TOTAL DE LA REFORMA: 5398.12€

L'ajuntament de Santa Coloma de Gramenet ofereix subvenció que subministra l'ajuntament serà del 40% del pressupost de la reforma, amb un màxim de 8.000€ per negoci. La inversió mínima que s'ha de realitzar ha de ser de 4.000 €.³ Aquesta despesa entra dins dels requisits mínims establerts per la subvenció Serra d'en Mena, per tant, podem comptar amb una subvenció igual al 40% del valor de la reforma menys el cost de l'ordinador (no es contempla a la subvenció) , és a dir el 40% de 4999,13€.

L'import que ens serà atorgat és de 1999,25€, per tant el cost real que ens suposarà la reforma serà de **3.399,87€**

8. PLA DE MÀRQUETING

8.1 El màrqueting al món de l'estètica

Actualment, la idea que un producte bo i de qualitat es ven per si sol la podem considerar desfasada. Un producte d'aquestes característiques pot ser que no es vengui si no hi ha una bona política de màrqueting que el doni a conèixer i el faci desitjable. Tota empresa s'ha de dirigir al consumidor perquè descobreixi noves necessitats i, llavors, poder presentar-li aquells productes o serveis que poden satisfer els seus desitjos. Per tant, en un negoci no ens hem de preocupar només per oferir un producte o servei de gran qualitat, sinó també de com, quan i on el vol el consumidor i, a més, dur a terme una bona presentació destacant-ne les seves qualitats.

Aquestes idees no s'adeqüen de la mateixa forma en cada tipus de negoci. Pel nostre cas, trobem diverses especificacions. La bona situació del local ens dona un punt a favor en aquesta matèria, i la nostra experiència, encara que només en el públic masculí, ens pot ser molt útil. Un anàlisi de la competència, com el que hem dut a terme, ens pot donar una important informació de màrqueting sobre el sector femení, la nostra futura clientela potencial.

³ Veure apartat 2 de l'annex: Subvenció Serra d'en Mena

Tampoc hem d'oblidar que a una perruqueria o centre d'estètica el producte el formen diversos factors: l'aparença física i l'amabilitat del propietari i dels treballadors, la imatge de l'establiment i, sobretot, la capacitat tècnica i la creativitat dels perruquers.

Cal tenir present que el món de l'estètica és força competitiu. Si no oferim uns serveis de qualitat als nostres clients i a un bon preu, aquests poden optar per marxar a la competència. El nostre objectiu principal sempre serà cobrir les necessitats d'estètica dels clients, les quals són més exigents en el sector femení que en el masculí, però sense canviar el tracte i la forma d'atendre a l'últim sector esmentat.

Hem d'intentar mantenir la clientela habitual, però sempre amb una visió d'ampliació d'aquesta fixant-nos en la totalitat de la clientela potencial.

8.2 Promoció de la Perruqueria Maldonado's

Un cop la Perruqueria Maldonado's estigui capacitada per atendre també a la clientela femenina, ha de fer saber a aquesta el canvi experimentat en aquest negoci. Des de la seva obertura a l'any 1961, aquesta perruqueria només s'ha centrat en l'atenció del públic masculí. Per tant, haurà de fer un gran esforç per tal de fer saber a les dones del barri la modificació produïda al negoci.

Per aconseguir-ho, seria interessant posar en marxa un període de promoció. La promoció d'un producte o servei consisteix en un conjunt de tècniques de màrqueting que tenen com a finalitat comunicar les característiques del producte o servei i ressaltar-ne els atributs per potenciar en els clients el desig de consumir-lo i, alhora, mantenir els clients habituals. En el nostre cas, per tant, hauríem de promocionar els serveis d'estètica i bellesa adreçats a les dones i, a la vegada, intentar que la clientela actual de la perruqueria no opti per anar a la competència.

La promoció fa servir diversos instruments: la publicitat, la promoció pròpiament dita, la venda personal i les relacions públiques.

Seguint aquesta política, hem pensat en un conjunt de diferents mètodes per donar-nos a conèixer.

- També assistirem a Expocoloma, la fira multisectorial més important de la Comarca del Barcelonès Nord i la més representativa de l'activitat econòmica de la ciutat. En aquesta fira posarem un *stand* de 6m² per 610€, que si tenim present és la primera vegada que assistim, la fira ofereix un descompte del 50%, per tant el cost serà de 305€. Oferirem serveis bàsics de perruqueria (tallar, rentar i pentinar) a part de la promoció que ens suposarà.

- Un altre seria crear, mitjançant els nostres coneixements informàtics, una pàgina web i un correu electrònic per tal de tenir una relació més personal amb els clients. El correu electrònic ens ajudaria a contactar amb ells per demanar hora, fer arribar les nostres novetats o, fins i tot, demanar consell professional.
- Un altre mètode és el basat en fer regals, de poc valor, als nostres clients. En ells s'inclouria el nom i direcció de la perruqueria. Per exemple podríem regalar mirallets, calendaris, bolígrafs, encenedors.

Producte	Preu unitari	Quantitat	Preu Total
Calendari Butxaca	0,03999	1000	39,99€
Pamflets informatius	0,16999	1000	169,99€
Targetes	0,04	1000	40€
Raspall amb mirall	0,594	300	178,2€
Costos Totals			428,18€

*Elaboració pròpia

- Una altra tècnica de promoció estaria basada en els descomptes i promocions pròpiament dites. Les principals, pensades sense incórrer en una pèrdua per al negoci, serien:
 - Seguint les tècniques de dinamització del comerç del barri que realitza l'entitat Fondo Comerç, els dijous es farà un descompte del 30% en el tallat i rentat femení.
 - Durant els primers mesos, fins a aconseguir una clientela femenina consolidada, oferirem als homes que vinguin acompanyats per dones, que vagin a fer servir un dels serveis de la perruqueria, un descompte del 50%.
 - A les clientes donarem una targeta amb un conjunt de caselles que s'aniran marcant cada cop que acudeixen a la perruqueria. Quan aconseguen un total de 10 marques podran gaudir d'un descompte del 50% a la propera visita amb un descompte màxim de 20€.

9. EL NOU SERVEI OFERT

Un cop hem establert la perruqueria també per dones, el nombre de clients que hi haurà a la vegada a l'establiment serà superior. És per aquesta raó per la qual el funcionament del negoci haurà de ser una mica diferent en termes d'atenció als clients.

L'atenció als homes continuarà sent com de costum, és a dir, el client serà atès per ordre d'arribada. En canvi, en el cas de les dones farem servir un mètode diferent. Degut a què el temps que es triga en atendre a una dona és molt variable, establirem cites concertades amb les clientes. Aquestes cites es podran demanar de forma personal, mitjançant via telefònica o utilitzant el nostre correu electrònic.

El número de treballadors també variarà, contractarem un nou perruquer especialitzat en dones, i un dels dos treballadors actuals també es troba capacitat per poder atendre-les.

Pel que fa als preus, tenim tres formes diferents d'establir-los. La primera d'aquestes es basa en posar uns preus per damunt de la competència per tal de mostrar que el nostre servei és de major qualitat. La segona forma consisteix en establir uns preus per sota de la mitjana. Això ens suposaria una atracció més fàcil de la clientela femenina. La tercera opció, la qual ha estat escollida per nosaltres, considera establir uns preus similars a la competència per assegurar-se un marge de clientela similar al de les altres perruqueries del barri del Fondo. Aquesta metodologia ens permetria establir els preus següents:

Serveis	P.V.P
Tallat home	Sense modificació
Tallat dona	15 - 20 €
Tint dona	16 - 25 €
Metxes dona	16 - 25 €
Permanent dona	18 - 25 €

*Elaboració pròpia

Aquest intervals de preus han estat extrets de les enquestes que varem realitzar a la competència.

10. ANÀLISI ECONÒMIC

10.1 Plans d'inversió i de finançament

En el Pla d'Inversions plasmarem els diversos recursos necessaris per a dur a terme l'activitat econòmica i en el Pla de Finançament trobem les fonts financeres necessàries per a adquirir aquests recursos.

Pel que fa al Pla de Finançament, per una banda, es realitzaran inversions en actius no corrents, els quals constitueixen una inversió a llarg termini (superior a un any). Els actius no corrents es divideixen en quatre subgrups: l'immobilitzat intangible, els dipòsits i finances, l'immobilitzat material i les inversions immobiliàries. En aquestes categories hem considerat les següents partides:

- Instal·lacions tècniques: Fa referència a les despeses assumides en instal·lació de la rampa d'accés per a persones discapacitades i del nou rètol de la perruqueria (814,80€).
- Utiltatge: Considera el cost d'adquisició dels nous utensilis⁴ necessaris (els quals tenen una vida útil estimada en 8 anys) a causa de l'ampliació de la clientela i del nombre de treballadors de la perruqueria (1.425,55€).
- Mobiliari: Per a l'atenció del públic femení s'ha hagut de modificar el mobiliari de la perruqueria, el qual serà més modern i seguirà les noves tendències (4.099,33€).
- Altres immobilitzats materials: En aquest apartat només considerem les despeses que ha comportat la compra del material necessari per a pintar el local.
- Equips processadors d'informació: Aquest apartat inclou l'adquisició d'un nou ordinador.

Per altra banda, també trobem l'actiu corrent, el qual inclou la partida d'existències amb un valor de 4.000€. Aquí recollim els productes que es necessiten per a fer front als serveis demanats pels clients.

⁴ Veure apartat 3 de l'annex: Cost dels nous utensilis.

ACTIU		%
A) ACTIU NO CORRENT		
IMMOBILITZAT INTANGIBLE	0,00	0%
DEPÒSITS I FIANCES	0,00	0%
IMMOBILITZAT MATERIAL	6.823,67	63%
Instal·lacions Tècniques	814,80	
Utilatge	1.425,55	
Mobiliari	4.099,33	
Altres Immobilitzat Material	84,00	
Equips Processos D'informació	399,99	
INVERSIONS IMMOBILIÀRIES	0,00	0%
B) ACTIU CORRENT		
Existències	4.000,00	37%
TOTAL INVERSIONS (sense IVA)	10.823,67	

*Elaboració pròpia

En el quadre següent trobem representat el Pla de Finançament. Podem veure les fonts d'inversions que s'utilitzaran. En primer lloc, es demanarà un préstec a llarg termini (superior a 1 any) per a cobrir les despeses que s'han d'afrontar a causa de la reforma del local, i l'adquisició de l'ordinador. Havíem dit que aquesta reforma tindria un cost aproximat de 6.823,67€. Però com es demanarà la subvenció de la Serra d'en Mena, la qual cobreix el 40% de les despeses en reformes (1.999,25€), només s'haurà de demanar un préstec de 3.398,87€. Respecte al cost que suposarà la compra dels productes, el propietari de la Perruqueria Maldonado's ho deixarà a deure als seus proveïdors. Per aquest motiu, la partida de proveïdors està valorada en 4.000€. El cost de l'utilatge, serà pagat pel propietari al comptat, és per aquesta raó que el compte de Recursos Propis té un valor de 1.425,55€.

PASSIU		%
A) PATRIMONI NET		
Recursos propis	1.425,55	
Subvencions	1.999,25	
B) PASSIU NO CORRENT	3.398,87	31%
Préstecs a ll/t	3.398,87	
C) PASSIU CORRENT	4.000,00	37%
Proveïdors	4.000,00	
TOTAL FINANCIACIÓ (sense IVA)	10.823,67	

*Elaboració pròpia

Per tal de saber quina seria la millor forma de finançar-nos, hem buscat diferents tipus de préstecs bancaris, amb l'objectiu de tenir les millors condicions possibles per al seu pagament. El préstec a llarg termini, sense incloure el portàtil, serà finançat pel crèdit *ICO- Emprenedor*. Per tal de finançar l'adquisició de l'ordinador, ens farem amb la concessió d'un crèdit *Plan Avanza*.

10.1.1 Préstec TIC (*Plan Avanza*)

L'Institut de Crèdit Oficial (ICO) i el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç intenten fomentar la utilització de les noves tecnologies de la informació i de les comunicacions mitjançant l'anomenat *Plan Avanza*⁵.

Les petites i mitjanes empreses que no tenen connexió a Internet amb banda ampla i vagin a fer una inversió per instal·lar-la, així com totes aquelles que ja tinguin aquesta connexió però vulguin invertir en software i hardware al seu negoci, poden beneficiar-se del *Plan Avanza* mitjançant l'anomenat *Préstec TIC*. Per aquest motiu considerarem a aquesta modalitat de préstec com a font de finançament del nostre nou ordinador.

Anem a enumerar les característiques del *Préstec TIC*:

- Modalitat de finançament: El finançament es materialitzarà en operacions de préstec o *leasing*.
- Terminis d'amortització: 36 mesos amb possibilitat de 3 mesos de carències inclosos. S'aplicarà una liquidació lineal i mensual.
- Tipus d'interès fix del 0%.
- No es cobraran comissions per part de les entitats financeres.
- En cas de cancel·lació anticipada voluntària, el beneficiari final amortitzarà la totalitat o part de la quantitat endeutada sense que hagi de fer front a cap tipus de penalització.
- Per demanar el *Préstec TIC*, només cal presentar la sol·licitud als bancs, caixes d'estalvis i caixes rurals d'Espanya que cooperin en la concessió de les ajudes financeres que dóna el *Plan Avanza*.
- Les entitats de crèdit tindran el dret de demanar al beneficiari un seguit de garanties que considerin oportunes, exceptuant garanties dineràries o hipotecàries.

⁵ Veure apartat 4 de l'annex: *Plan Avanza*

- Les ajudes concedides pel *Plan Avanza* són compatibles amb les ajudes rebudes per part de les Comunitats Autònomes o altres institucions, sempre que es respectin els límits màxims establerts per la Unió Europea.

10.1.2 Préstec ICO-Emprendedors

L'Institut de Crèdit Oficial (ICO) concedeix una modalitat de préstec anomenada ICO-Emprendedors⁶. Els autònoms que inicien una nova activitat poden beneficiar-se si compleixen uns requisits:

- Estar donats d'alta al IAE des de l'1 de gener de 2008.
- Tenir de 1 a 9 treballadors a 31 de desembre de 2008.
- Tenir un balanç anual que no superi els 2 milions d'euros.
- No formar part d'un grup empresarial o econòmic.

S'han de complir unes condicions per poder finançar un projecte d'inversió:

- Les partides d'immobilitzat intangibles no tecnològiques no poden superar el 50% de la inversió.
- Les partides d'immobilitzat intangible tecnològiques i les d'immobilitzat material no tenen cap limitació. Les inversions en construccions, terrenys i béns naturals no es poden finançar.
- Poden considerar-se com a inversió finançada les despeses de primer establiment amb un límit de finançament del 10% de la inversió total.

Les característiques generals del préstec ICO-Emprendedors són:

- Import màxim de finançament: 90% del projecte d'inversió (sense IVA i altres impostos).
- L'import màxim de finançament per client i any serà de 200.000€.
- Període d'amortització: 3 anys sense carència, 5 anys amb un període de carència d'1 any ó 7 anys amb 2 anys de carència.
- Interès: Pot ser fix o variable (revisió semestral). S'aplicarà un +2,14% sobre l'interès referencial de l'ICO si no hi ha aval d'una Societat de Garantia Recíproca.
- Comissions: Les entitats de crèdit no poden cobrar en concepte de comissions.
- Aquest préstec és incompatible amb la línia ICO-PYME 2009.

⁶ Veure apartat 5 de l'annex: Institut de Crèdit Oficial (ICO) : ICO - Emprendedors

El préstec te les següents característiques i s'amortitzarà⁷ de la manera següent:

Import del Préstec	2.999,00 €
Nombre d'anys d'amortització	3
Tipus Interès Anual	5,30%
Data Primer Pagament	01/01/2010

*Elaboració pròpia

Interessos Pagats	
Any 1	136,10 €
Any 2	84,67 €
Any 3	30,46 €

*Elaboració pròpia

Capital Amortitzat	
Any 1	947,27 €
Any 2	998,70 €
Any 3	1.052,91 €

*Elaboració pròpia

10.2 Costos anuals

El negoci ha ampliat la seva clientela, aquest fet evidentment suposarà un augment de les despeses a afrontar. El sector femení tindrà un enorme cost en comparació amb el masculí. Per exemple, a diferència dels homes, totes les dones es renten el cabell quan van a la perruqueria i, com a conseqüència, les quantitats d'aigua i xampú seran molt superiors. En aquest apartat veurem les amortitzacions dels nous actius, els nous sous i salaris de la perruqueria i les altres noves despeses que tindrà el negoci a causa de la seva ampliació.

10.2.1 Amortitzacions

Qualsevol actiu fix, ja sigui material o immaterial, pateix una pèrdua de valor o depreciació amb el pas del temps que s'ha de registrar comptablement. Aquesta pèrdua de valor pot produir-se per diversos motius: deterioració pel seu ús, obsolescència tecnològica o pel simple fet del pas del temps.

L'amortització és una de les parts de l'autofinançament de l'empresa. Consisteix en la imputació de la depreciació al cost de la producció. Per compensar la pèrdua de valor de l'actiu fix es crea el fons d'amortització. El valor d'aquest fons augmenta cada any en proporció a la depreciació. Per tant, quan l'actiu arribi al final de la vida útil, podrà ser reemplaçat fent servir el diner que s'ha anat acumulant en el fons d'amortització.

⁷ Veure apartat 6 de l'annex: Amortització del préstec ICO-Emprenedors

A cada dany de la vida útil li correspon un percentatge del valor amortitzable. Per poder calcular-lo podem fer servir diversos mètodes d'amortització. En aquest cas hem aplicat el mètode d'amortització lineal, en el qual les quotes d'amortització són constant a tots els anys. La fórmula que hem fet servir és la següent:

$$\text{Quota d'amortització} = (\text{Valor adquisició} - \text{Valor residual}) / \text{Vida Útil}$$

En el quadre següent tenim els resultats obtinguts. Hem recollit els diversos elements amortitzables, la vida útil considerada pel Pla General Comptable i la quota d'amortització obtinguda un cop aplicada la fórmula anterior. Cal aclarir que hem considerat que el valor residual és igual a 0.

Elements	Vida Útil (anys)	Quota Amort. Anual
Instal·lacions Tècniques	15	54,32 €
Utilitatge	8	178,19 €
Mobiliari	10	409,93 €
Altres Immobilitzat Material	7	12,00 €
Equips Processos d'Informació	5	80,00 €

*Elaboració pròpia

10.2.2 Sous i salaris

Tal i com hem comentat, degut a l'ampliació hem de contractar un nou treballador perquè es centri en atendre només al públic femení. També hem considerat oportú revisar el salari del treballador que ja teníem ja que tindrà una dificultat afegida per atendre també a la clientela femenina. Les taules que venen a continuació ens mostren el cost, tant mensual com anual, de cada treballador i el total.

El primer quadre ens mostra els costos en sous i Seguretat Social que hauríem de pagar per cada treballador, cada mes i anualment. Al segon quadre podem veure el tipus de contracte de cada treballador, el salari brut que hauria de cobrar mensualment, les pagues extres de juny i desembre i la cotització a la Seguretat Social a càrrec de la empresa.

Mes	Perruquer			Oficial de segona			Costos Totals
	Sou Brut	Paga Extra	Cotització S/S (empresa)	Sou Brut	Paga Extra	Cotització S/S (empresa)	
Gener	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Febrer	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Març	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Abril	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Maig	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Juny	853,51 €	853,51 €	549,66 €	785,01 €	392,51 €	379,16 €	3.813,36 €
Juliol	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Agost	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Setembre	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Octubre	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Novembre	853,51 €	0,00 €	274,83 €	785,01 €	0,00 €	252,77 €	2.166,12 €
Desembre	853,51 €	853,51 €	549,66 €	785,01 €	785,01 €	505,55 €	4.332,25 €
Anual	10.242,12 €	1.707,02 €	3.847,62 €	9.420,12 €	1.177,52 €	3.412,44 €	29.806,84 €

Treballador	Tipus de contracte	Salari brut mensual	Paga extra (Juny i Desembre)	Cotització S/S empresa
Perruquer (Oficial de primera)	Jornada completa	853,51 €	853,51 €	32,2% de contingències comuns
Oficial de segona	Jornada completa	785,01 €	785,01 €	32,2% de contingències comuns

*Elaboració pròpia

Cal dir que el salari brut mensual està valorat segons conveni de la revisió salarial de l'any 2008⁸. Els salaris bruts que considerarem són el d'un perruquer (oficial de primera) i el d'un oficial de segona. El perruquer és un treballador que ja té antiguitat a l'empresa. Simplement li hem fet una revisió salarial per augmentar el seu salari actual ja que al canviar la perruqueria d'homes a unisex hem considerat que el salari hauria d'estar fixat segons el d'una perruqueria de dones ja que la clientela es més difícil d'atendre i els salaris són més alts que en una exclusivament d'homes⁹. L'oficial de segona és un nou treballador que hem contractat per tal de poder atendre a la nova clientela femenina. Per poder calcular el salari de cada mes necessitem també les pagues extres que es fan al juny i al desembre. Normalment la quantia d'aquestes pagues és del mateix import del sou. Però si el temps treballat és inferior a un any, la paga extraordinària serà proporcional al temps treballat. Per això, l'oficial de segona no té la totalitat de la paga de juny, ja que no ha treballat com a mínim un any, cosa que el perruquer que ja treballava, com porta més d'un any a la plantilla, té dret a la part total de la seva paga extra.

⁸ Veure apartat 7 de l'annex: Taules salarials 2008 a perruqueries de dones de Barcelona i província

⁹ Veure apartat 8 de l'annex: Salaris 2008 perruqueries de Barcelona

L'últim pas per calcular els costos dels treballadors es veure la cotització a la Seguretat Social a càrrec de l'empresa¹⁰.

A part d'aquestes cotitzacions, s'han d'afegir dos més: la cotització per accidents de treball i per malalties professionals. Per al sector de perruqueria i altres tractaments de bellesa, les cotitzacions són 0,65% i 0,45% respectivament¹¹.

Si sumem tots els percentatges de cotització, és a dir, el de contingències comuns, el de l'atur, el de FOGASA (Fons de Garantia Salarial), el de formació professional, el d'accidents de treball i el de malalties professionals, obtindrem la cotització total en Seguretat Social dels treballadors a càrrec de l'empresa. Aquesta cotització es fa mensualment sobre el salari base i les pagues extres (contingències comuns), ja que no hi ha hores extres. Si hi haguessin, totes les cotitzacions (excepte la de contingències comuns) es farien sobre el salari, les pagues extres i les hores extres treballades (contingències professionals).

Amb aquests passos ja tenim el cost mensual i anual dels treballadors de l'empresa.

10.2.3 Altres despeses

A part dels costos en sous i salaris i els corresponents a l'amortització de l'actiu, el negoci haurà d'afrontar altres despeses:

- Compres Existències: Aquesta partida incorpora la despesa en productes necessaris per atendre tant a la clientela masculina com a la femenina. Segons un estudi elaborat per *Grameimpuls* a través dels diversos estudis que ha realitzat a les perruqueries de Santa Coloma de Gramenet, aproximadament el 30% dels ingressos es destinen a l'adquisició d'existències. Un cop hem calculat els ingressos que obtindrem mensualment, hem estimat aquesta despesa, la qual ronda els 3.623,53€ mensuals.
- Retribució Pròpia: Dins d'aquest apartat es contempla el salari que es posa el propi emprenedor. Nosaltres hem estimat que serà de 1.500€ mensuals. Aquest mètode de posar-se un propi salari és diferent al que utilitza actualment el negoci, però després d'haver consultat aquest punt amb l'entitat *Grameimpuls* i la professora ajudant, hem considerat que aquest mètode es la millor opció per tal de fer els càlculs i estimacions.

¹⁰ Veure apartat 9 de l'annex: Tipus de cotització (%)

¹¹ Visitar web: www.seg-social.es

- Autònoms: Incorpora el propi impost suportat pel negoci per ser autònom en la pròpia activitat, en aquest cas 502,64€ mensuals.
- Serveis Professionals Independents: Dins d'aquest apartat hem considerat el cost que suposarà contractar un gestor que ens ajudi amb la comptabilitat del negoci. En el nou cas, al incloure un major número de treballadors, aquest cost s'ha vist augmentat respecte a la situació anterior on només hi havia un únic treballador.
- Arrendaments: El pagament del lloguer continuarà sent el mateix ja que no ha estat necessari canviar de local per fer l'ampliació del negoci.
- Primes d'Assegurances: Apart de l'assegurança del propi local, s'inclou una assegurança pel propi risc de l'activitat. Al haver de manipular l'aspecte físic humà es poden produir situacions en què es faci mal a algun client, com pot ser el cas de fer un tall a algú. És per aquest motiu pel qual s'incorpora aquesta assegurança.

El seu pagament es fa en els 2 primers trimestres.

- Publicitat i Relacions públiques: La despesa que comportarà la promoció de la nova imatge de la Perruqueria Maldonado's serà de 733,18€ tal i com s'ha explicat més detalladament a l'apartat que considera el pla de màrqueting. Deixant els 305€ del mes de Setembre per la fira Expo-Coloma.
- Subministraments: Aquesta partida inclou els serveis oferts per empreses externes al nostre local. Més concretament inclou les partides de llum, aigua i telèfon.

Per tal de fer l'estimació de l'aigua hem considerat el cost anterior i ho hem multiplicat per 2, ja que el consum d'aigua al atendre les dones es multiplica considerablement.

El cost de la l'electricitat s'ha mantingut, i el cost del telèfon s'ha incrementat, pensant en la possibilitat d'oferir hora mitjançant el telèfon.

Aquest compost ens dona un cost promig de 125€ mensuals.

- Compres material oficina: Inclou la despesa en material que es pugui necessitar com podria ser l'ús de bolígraf, llibretes, tinta per a la impressora... Degut a què això és un cost molt variant hem considerat adient establir un cost de 10€ mensuals.
- Tributs: En aquesta partida considerem el pagament de la taxa de la recollida d'escombraries que s'ha de pagar un cop a l'any a l'Ajuntament de Santa Coloma. Suposa un cost de 115€.

- Despeses Diverses: Amb un cost de 60€ mensuals, aquesta partida és una partida de previsió. Dins d'aquest apartat hem inclòs diferents despeses que es puguin produir com seria el cas d'haver de pagar excepcionalment una dieta a un treballador, o haver de contribuir a l'enllumenat de Nadal del barri...
- Despeses Financeres: Fa referència al pagament dels interessos que comporta el préstec ICO-Emprendedors.

Totes aquestes despeses es troben recollides a una taula, juntament amb els possibles ingressos, al proper apartat del nostre Pla d'Empresa.

10.3 Ingressos

Per calcular els possible ingressos que obtindrà la perruqueria hem considerat els següents punts:

- Per saber els ingressos que s'aconseguiran per atendre a la clientela masculina, hem multiplicat per 0,92 els ingressos que la perruqueria va obtenir l'any passat ja que a través de les enquestes realitzades sabem que el 8% dels clients actuals deixarien de venir si la perruqueria passés a ser unisex.
- Per fer una estimació dels ingressos que suposaria atendre a dones, hem considerat que cada setmana acudirien unes 70 dones, les quals es gastarien entre uns 20 i 40 € (aquestes dades han estat obtingudes de les enquestes realitzades). Per poder treure els ingressos hem considerat el punt mig de l'interval 20 i 40 €, que és 30€.
- Els ingressos per la venda de productes de la perruqueria estaran al voltant dels 500€ mensuals. Aquesta estimació ha estat subministrada per *Grameimpuls* a través de diversos estudis que disposen sobre els negocis d'estètica.

Perquè quedi més clar aquest procés, anem a calcular els ingressos que obtindríem el mes de març:

- L'ingrés obtingut el mes de març de l'any anterior va ser de 3.436,70€. Si li restem els ingressos corresponents al 8% d'homes que deixarien de venir ens queda un total de 3.161,76€.
- Hem estimat que atendrem aproximadament a 70 dones per setmana. Si ho multipliquem per 30€ ens dóna un ingrés de 2.100€ setmanalment.

Comptabilitzant cada mes amb 4 setmanes tindrem un ingrés mensual per part d'aquest sector de 8.400€.

- Tal com hem explicat anteriorment, la previsió de venda de productes es de 500€.

Si sumem els ingressos corresponents als tres punts anteriors, obtenim que l'ingrés que obtindria la perruqueria al mes de març seria de 12.061,76€:

$$3.161,76€ + 8.400€ + 500€ = 12.061,76€$$

Un cop sabem els possibles ingressos que s'obtidrien i les despeses que s'haurien d'afrontar, hem recollit totes les previsions a la següent taula:

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Anual	Pr. Mensual
INGRESSOS	35.530,07 €	38.821,72 €	32.498,06 €	38.091,35 €	144.941,21 €	12.078,43 €
Vendes Netes	35.530,07 €	38.821,72 €	32.498,06 €	38.091,35 €	144.941,21 €	12.078,43 €
DESPESES	25.787,91 €	27.991,38 €	24.048,92 €	27.699,85 €	105.528,05 €	8.794€
Compres Existències	10.659,02 €	11.646,52 €	9749,42 €	11.427,41 €	43.482,36 €	3.623,53 €
Retribució pròpia	4.500,00 €	4.500,00 €	4.500,00 €	4.500,00 €	18.000,00 €	1.500,00 €
Autònoms	1.507,92 €	1.507,92 €	1.507,92 €	1.507,92 €	6.031,68 €	502,64 €
Sous i Salaris	4.915,56 €	6.161,58 €	4.915,56 €	6.554,08 €	22.546,78 €	1.878,90 €
Seguretat Social	1.582,80 €	1.984,02 €	1.582,80 €	2.110,41 €	7.260,03 €	605,00 €
Arrendaments	385,32 €	385,32 €	385,32 €	385,32 €	1.541,28 €	128,44 €
Serv. Prof. Independents	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	1.200,00 €	1000 €
Primes d'Assegurances	700,00 €	700,00 €	- €	- €	1.400,00 €	116,67 €
Publicitat i Rel. Públiques	428,18 €	- €	305,00 €	- €	733,18 €	61,10 €
Subministraments	376,80 €	376,80 €	376,80 €	376,80 €	1.507,20 €	125,60 €
Compres material oficina	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	120,00 €	1000 €
Tributs	- €	- €	- €	115,00 €	115,00 €	9,58 €
Desp. Diverses	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	720,00 €	60,00 €
Amortització	183,61 €	183,61 €	183,61 €	183,61 €	734,44 €	61,20 €
Despeses Financeres	38,70 €	35,61 €	32,49 €	29,30 €	136,10 €	11,34 €
BENEFICI/PÈRDUA	9.742,16 €	10.830,34 €	8.449,14 €	10.391,50 €	39.413,16 €	3.284,43 €

*Elaboració pròpia

Tal i com podem veure a la taula, els ingressos sempre serien superiors al conjunt de despeses que s'haurien de pagar. Això ens permetrà obtenir beneficis, la qual cosa és un bon signe a l'hora de considerar la viabilitat del nostre projecte d'ampliació del negoci. Anualment, tenim uns ingressos totals de 144.941,21€ i unes despeses de 105.528,05€. Per tant, el benefici obtingut durant tot l'any seria de 39.413,16€, el qual és força superior al que va tenir la Perruqueria Maldonado's l'any 2008, el qual rondava els 13.060,30€.

Per últim, cal aclarir que els ingressos aniran variant cada mes degut a l'estacionalitat. Alguns mesos hi haurà una afluència de gent més gran per motius diversos: comunions, bodes, el Nadal, etc. Per això, als mesos de Maig, Juny i Desembre pujaran els ingressos. A més, durant les vacances d'estiu al mes d'agost, els ingressos es redueixen fins a la meitat.

11. VIABILITAT DE L'AMPLIACIÓ DEL NEGOCI

Un cop calculats tots els ingressos i les despeses que haurà d'afrontar la perruqueria, podem passar a elaborar tant el Compte de Pèrdues i Guanys¹² com el Balanç de Situació Final¹³ a tres anys vista. Per calcular els Comptes Comptables de l'any següent (any 2), el valor de les existències i tots els ingressos i despeses (a excepció de l'amortització i les despeses financeres) han estat multiplicats per 1,025, quantitat que representa l'IPC estimat per al proper any. El mateix procediment hem seguit per a calcular els resultats que s'obtindrien el tercer any.

Respecte al Compte de Pèrdues i Guanys, podem veure que el benefici obtingut durant el primer any seria d'uns 27.589,21€ lliures d'impostos.

Al comparar amb el benefici obtingut per la perruqueria l'any 2008, podem veure que el benefici estimat per l'ampliació del negoci és superior. L'any 2008 el benefici va ser al voltant de 13.000€ (sense pagar impostos). Per tant, ja es pot veure que el benefici que s'obtindria seria major tenint en compte que amb els 13.000€ aconseguits al 2008 encara s'havien de pagar els impostos corresponents. Podem veure a la taula de l'annex que el benefici va augmentat any rere any com a conseqüència de l'IPC.

Pel que fa al Balanç de Situació Final, podem afirmar que hi ha molta liquiditat ja que les partides de Caixa i Banc tenen un valor molt elevat dintre del total de l'Actiu. A més, dintre del Passiu, les partides de deute representen un percentatge ínfim. Cal remarcar que, durant els tres primers anys, el deute es va reduint a causa del pagament de la inversió inicial. Un cop passat el tercer any, la Perruqueria Maldonado's haurà liquidat totalment els préstecs adquirits a llarg termini. En veure

¹² Veure apartat 10 de l'annex: Compte de Pèrdues i Guanys

¹³ Veure apartat 11 de l'annex: Balanç de Situació Final

això, podem afirmar que es tracta d'un negoci poc endeutat que podria fer front a qualsevol imprevist gràcies a la gran liquiditat.

Un altre aspecte a considerar és el punt mort¹⁴ del negoci, el qual ens indicarà el nombre de clients necessaris a partir del qual es començaran a obtenir beneficis. Per calcular-lo hem de considerar quin serà el marge de contribució. Tal i com es pot veure als càlculs realitzats a l'annex, aquest serà del 70%. A partir d'aquí, per calcular el punt mort anual, només cal dividir els costos fixos que es tindran pel valor del marge de contribució. Els resultat obtinguts han estat els següents:

- Punt Mort anual $\rightarrow 62.045,69 \text{ €} / 0,7 = 88.636,70\text{€}$
- Punt Mort mensual $\rightarrow 88.636,70\text{€} / 12 \text{ mesos} = 7.386,39\text{€}$
- Punt Mort diari $\rightarrow 7.386,39\text{€} / 24 \text{ dies laborables} = 307,77\text{€}$

Tenint en compte que es treballaran 24 dies al mes, diàriament s'han d'obtenir uns ingressos de 307,77€ per a no haver d'incórrer en pèrdues. Tal i com hem explicat a l'apartat d'ingressos, hem considerat que la despesa mitja de les dones serà de 30€. Per tant, han d'acudir a la perruqueria un total de 11 dones al dia. Aquesta xifra és fàcilment superable ja que tenim la possibilitat d'atendre un total de 70 dones setmanals, a més dels clients habituals masculins que atén a dia d'avui la perruqueria, que són 30 homes al dia.

En definitiva, podem concloure que el projecte d'ampliació de la clientela de la Perruqueria Maldonado's sí és viable ja que permet aconseguir beneficis positius i molt superiors als aconseguits al 2008.

¹⁴ Veure apartat 12 de l'annex: Punt Mort

12. CONCLUSIÓ

Un cop hem elaborat el treball de manera detallada, a continuació ens disposem a realitzar un anàlisi general que destaquí els punts més importants del nostre projecte.

La nostra idea principal consisteix en l'ampliació de la clientela de la Perruqueria Maldonado's, la qual a dia d'avui només es centra en el tallat de cabell d'homes, perquè atengui també al sector femení. Després d'analitzar la seva situació econòmica actual, degut a la seva bonança en els darrers anys, sabem que té suficient capacitat per poder afrontar aquest nou repte. La seva experiència, tradició i l'ambició dels seus treballadors actuals reforça aquesta idea.

Tot i això, no tot són punts forts al negoci actual. L'anàlisi DAFO que varem realitzar ens va mostrar que hi ha diferents aspectes que li suposen una amenaça. La principal es basa en el fenomen de la immigració.

Constantment s'obren nous establiments amb propietaris estrangers. Això, en principi, pot afectar al negoci fent perdre una part de la seva clientela. A més, fa que la població immigrant del barri, la qual és abundant, visiti aquestes noves perruqueries provocant la pèrdua dels possibles clients. En realitat aquesta amenaça no resulta tant rellevant ja que al negoci treballa un immigrant que facilita la integració dels nousvinguts a la nostra clientela.

Una altra amenaça la provoca l'actual crisi financera. Afortunadament, aquesta no suposa un perill important, havent només produït una disminució lleugera de la demanda dels serveis estètics.

Un cop coneguts els punts forts i febles del negoci vam començar l'estudi de la nova competència i clientela femenina. En atendre al nou públic, el negoci passaria a tenir nou perruqueries com a competència dins del sector femení. Un cop analitzat el seu funcionament, hem considerat adient establir preus similars i el mateix gruix de clientela femenina que té la futura competència. Malgrat això, seguiríem tractant al públic masculí com fins ara ja que aquest representa el punt fort del negoci. Per tant, el nostre projecte suposarà un increment de la clientela total perquè la masculina continuaria sent gairebé la mateixa i s'afegiria la femenina, que provocarà un impacte força positiu en els beneficis.

És aquest increment de la clientela el que ens ha fet obtenir uns resultats econòmics tant òptims. Les diferències són molt grans, passant a obtenir uns beneficis que rondarien els 39.500€, xifra molt per damunt del que actualment aconseguix el negoci sense atendre a les dones.

La mirada acurada dels costos i l'ambició a l'hora de fer el projecte, invertint en la contractació de nous treballadors o fent fortes polítiques de màrqueting, fan possible aquesta diferència positiva en l'àmbit econòmic.

Per tant, podem concloure, sense cap mena de dubte, que el projecte d'ampliació de la Perruqueria Maldonado's resulta viable i eficient, i que actualment el propietari del negoci està perdent un cost d'oportunitat enorme al no dur-ho a terme.

Tot i això, hi ha alguns aspectes que fan que en aquest moment sigui més complicat el portar a terme el projecte proposat. Un d'aquests és clarament l'actual situació de depressió econòmica que vivim aquests dies. Tal com hem comentat, aquest no és un fet que afecti molt negativament a la demanda del nostre servei, però si és una situació que pot afectar de forma negativa a la concessió del crèdit que es necessitaria per dur a terme l'ampliació. No obstant, pensem que al ser d'una quantitat no molt elevada i al tractar-se d'un Crèdit Oficial (ICO), no hi haurà problemes per poder accedir-hi.

Tal com es pot veure, el nostre projecte no queda aïllat de la situació econòmica i, fins i tot, se n'aprofita podent accedir a una subvenció oferta a causa de la pròpia crisi, com és *la Subvenció Serra d'en Mena*.

Un cop donada la principal resposta que buscava el projecte, hi ha alguns aspectes que encara el podrien fer més atractiu basant-nos en un futur més llunyà.

És evident que per a portar a terme un projecte d'ampliació s'ha de comptar amb una enorme font d'ambició, ganes i sacrifici. A part de la nostra idea d'ampliació, pensem que una possible continuació a llarg termini podria ser l'expansió del negoci basada en l'adquisició d'altres locals per tal d'obrir nous negocis en un àmbit territorial més ampli. Creiem que és possible que amb el temps la perruqueria Maldonado's acabés essent un nom important en l'àmbit de l'estètica, però tot això ja forma part d'un nou possible treball.

13. AGRAÏMENTS

Sempre que es realitza un treball d'aquesta envergadura s'ha de tenir el suport d'alguna persona qui t'assessori a l'hora d'elaborar-lo. Aquest suport no ha de ser únicament tècnic sinó també anímic. Per aquest motiu volem agrair la seva col·laboració a les següents persones:

- Juan Andrés Maldonado Hernández, per aportar-nos les dades econòmiques i la informació bàsica per poder realitzar el treball.

- Grameimpuls especialment a Susana Poblador per orientar-nos, de forma molt amena, en tot moment i oferir-nos ajut per poder dur a terme la part més complicada del treball.

- Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet per donar-nos a conèixer la institució de Grameimpuls i informació de la ciutat.

- Les diferents entitats bancàries que ens han informat dels seus serveis en l'àmbit financer.

- Sara Hernández i Antoni Bosch de la Universitat Pompeu Fabra per indicar-nos el camí a seguir i suggerir-nos idees per millorar el treball.

- Als companys de classe del grup 4 per oferir-nos noves propostes el dia de l'exposició.

- Als nostres familiars i amics per recolzar-nos sempre al llarg de tots els nostres projectes.

Gràcies.

14. BIBLIOGRAFIA

PLAN DE EMPRESA. *Consideracions generals* [en línea] [consultat: abril 2009]. Disponible a Internet: <http://servicios.ipyme.org/planempresa/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA [en línea]. [Consultat: abril 2009]. Disponible a Internet: <http://www.ine.es/>

OBSERVATORI DE COMERÇ DE SANTA COLOMA DE GRAMENET. *Hàbits de compra* [en línea]. [Consultat: abril 2009]. Disponible a Internet: http://www.grame.net/fileadmin/Files/Ajuntament/comercio/enq_habits.pdf

BELIPLUS. *Productos de belleza, peluquería y estética* [en línea]. [Consultat: maig 2009]. Disponible a Internet: <http://www.beliplus.com/>

POSTQUAM COSMETIC, S.L. [en línea]. [Consultat: maig 2009]. Disponible a Internet: <http://www.postquam.com/>

COSMOBELLEZA [no disponible]. [Consultat: abril 2009]. Estava disponible a Internet: <http://www.cosmobelleza.com/>

PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD [en línea]. [Consultat: maig 2009]. Disponible a Internet: <http://www.plangeneralcontable.com/>

MARKETING APLICADO A PELUQUERÍAS, SALONES DE BELLEZA Y ESTÉTICA [en línea]. [Consultat: maig 2009]. Disponible a Internet: <http://www.monografias.com/trabajos7/pebe/pebe.shtml>

ICO. *Línea ICO-Plan Avanza*. [en línea] [Consultat: juny 2009]. Disponible a Internet: <http://www.ico.es/web/contenidos/272/index.html>

VISTAPRINT. *Targetes de visita* [en línea]. [Consultat: juny 2009]. Disponible a Internet: <http://www.vistaprint.es/vp/welcome.aspx?xnav=welcomeback&rd=2>

Clara González; Montserrat Pina; Josep Alfaro., (2002), *ECONOMIA I ORGANITZACIÓ D'EMPRESA 1*, Mc Graw Hill, Madrid.