



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN LA
IMPLEMENTACION DE UN
SISTEMA DE COSTES Y
ÁNÁLISIS DE VIABILIDAD
DE UNA IDEA DE
NEGOCIO

VIABILIDAD DE UNA
PELUQUERÍA

Joseba Escalada Lerchundi

DIRECTOR

Santiago Sanchez

Pamplona-Iruña

30 de Mayo del

2014

Resumen

El trabajo realizado consiste principalmente en la realización de una viabilidad para el negocio de una peluquería y posteriormente asesorar a una persona dispuesta a abrir un negocio de este tipo. Para ello, he analizado los posibles ingresos que puede tener este tipo de negocio (los diferentes servicios que ofrece) y posteriormente me he centrado en los costes, que van desde los propios materiales directos como los suministros de agua y luz, hasta los costes de mano obra. Uno de los costes más importantes a la hora de abrir una peluquería es el local y por ello, además de analizar la viabilidad de un nuevo negocio, también he realizado su respectivo estudio sobre un negocio ya puesto en marcha que está disponible para alquilarlo y concluir cual sería el mejor de los casos. Además, me ha parecido interesante analizar si la venta de productos en el establecimiento sería rentable o no y terminar informando a la persona a la cual va dirigido dicho estudio.

Palabras claves

- centros de costes: departamentos de la empresa que sirven para agrupar costes.
- Costes directos: coste que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costes de ese producto.
- Costes indirectos: son aquellos costes que afectan al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación
- costes fijos: son aquellos costes independientes del volumen de producción, no varían sea cual sea la cantidad producida.
- Costes variables: varía al modificar el volumen de unidades producidas.
- Costes de producción: Son aquellos costos que están relacionados con la actividad de producción
- Costes del periodo: Se identifican con los intervalos de tiempo y no con los productos o servicios elaborados. Se relaciona directamente con las operaciones de distribución y administración.
- Umbral de rentabilidad: es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta.
- Amortización: la pérdida de valor o depreciación de carácter irreversible que experimenta el activo no corriente o activo fijo.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.....	7
3. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UNA PELUQUERÍA PROPIA.....	8
a. Naturaleza de los ingresos.....	8
b. Estudio de los costes.....	9
i. <i>Análisis de los costes directos.....</i>	<i>9</i>
ii. <i>Análisis de los costes indirectos.....</i>	<i>9</i>
c. Presupuesto de una peluquería propia.....	13
i. <i>Presupuesto de ingresos.....</i>	<i>13</i>
ii. <i>Presupuesto de uso de materiales directos.....</i>	<i>14</i>
iii. <i>Presupuesto de compra de materiales.....</i>	<i>15</i>
iv. <i>Presupuesto de costes de CIF.....</i>	<i>16</i>
v. <i>Coste unitario Producto terminado.....</i>	<i>17</i>
vi. <i>Presupuesto de costes no relacionados con la producción.....</i>	<i>18</i>
vii. <i>Cuenta de resultados Presupuestada.....</i>	<i>19</i>
d. Estado de flujo de efectivo (EFE).....	20
e. Umbral de rentabilidad de los servicios prestados.....	22
f. Balance de situación.....	23
4. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UNA PELUQUERÍA ARRENDADA..	24
a. Naturaleza de los ingresos.....	24
b. Estudio de los costes.....	25
i. <i>Análisis de los costes directos.....</i>	<i>25</i>
ii. <i>Análisis de los costes indirectos.....</i>	<i>25</i>
c. Presupuesto de una peluquería propia.....	26
i. <i>Presupuesto de ingresos.....</i>	<i>26</i>
ii. <i>Presupuesto de uso de materiales directos.....</i>	<i>26</i>
iii. <i>Presupuesto de compra de materiales.....</i>	<i>26</i>
iv. <i>Presupuesto de costes de CIF.....</i>	<i>27</i>
v. <i>Coste unitario Producto terminado.....</i>	<i>27</i>
vi. <i>Presupuesto de costes no relacionados con la producción.....</i>	<i>28</i>
vii. <i>Cuenta de resultados Presupuestada.....</i>	<i>29</i>
5. COMPARACIÓN DE RESULTADOS.....	30

6. ANÁLISIS DE LA VENTA EN ESTABLECIMIENTO.....	31
a. Costes añadidos.....	31
b. Umbral de rentabilidad.....	32
7. CONCLUSIONES.....	33
8. BIBLIOGRAFÍA.....	35

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como finalidad un estudio sobre los costes y la viabilidad de un negocio de peluquería. El motivo de la realización de éste es el asesoramiento a mi propia hermana, peluquera y trabajadora por cuenta ajena. Se podría definir como una persona con iniciativa pero sin los conocimientos técnicos necesarios para evaluar un proyecto, por lo que me pareció muy interesante realizar un TFG relacionado con ello y así poderla ayudar y asesorar en un ambiente tan ambiguo.

Para la elaboración del estudio de viabilidad, me he centrado en los ingresos que suponen los diferentes servicios que se prestarían en la peluquería como son los cortes, lavados + cortes y los tintados... y en los costes que van desde los propios materiales directos como pueden los suministros de agua y luz, o costes indirectos como las nóminas de empleados, o incluso el local. Este último coste es uno de los más importantes, por lo que al estudio le he añadido el estudio de una peluquería arrendada y de este modo no incurrir en ello. Esto supondría un coste mensual de alquiler, pero también el ahorro de comprar el inmovilizado necesario para la puesta en marcha del negocio. Estos dos estudios han sido comparados para finalmente asesorar a mi hermana sobre cuál sería el mejor de los casos: realizar un propio negocio o el alquiler de éste, siempre teniendo en cuenta que luego cada persona tomará su decisión en función de la aversión al riesgo.

También me gustaría comentar sobre los tipos de servicios que se ofrecerían en el establecimiento, que son 3: el corte de pelo, lavado + corte, y finalmente el más completo, el lavado + corte + tintado. El primero de los servicios será el que menor coste supondrá para el negocio, unos 7€, frente a los 10€ y 25€ que suponen los siguientes dos servicios tanto en la situación de alquiler o propiedad, por lo que teniendo en cuenta los precios de estos que son de 13.50€, 16€ y 45€, puedo concluir que este último es el más rentable. Sería muy interesante viendo esto, que se ofertaran promociones para que los clientes volviesen y repitiesen con servicio completo de lavado + cortado + tinte mediante algún descuento en las siguientes visitas, provocando un aumento de clientes para los siguientes ejercicios.

Una vez determinado cuál de los dos tipos de negocios es más eficaz desde el punto de vista de los costes, he decidido analizar la posibilidad de que en el propio establecimiento se pudieran vender productos utilizados en la propia peluquería. Hoy en día todos los negocios intentan reinventarse para aguantar los efectos de la crisis económica, y esta es la

forma en la que lo hacen principalmente las peluquerías. Por ello, dicho estudio creo que es imprescindible. .

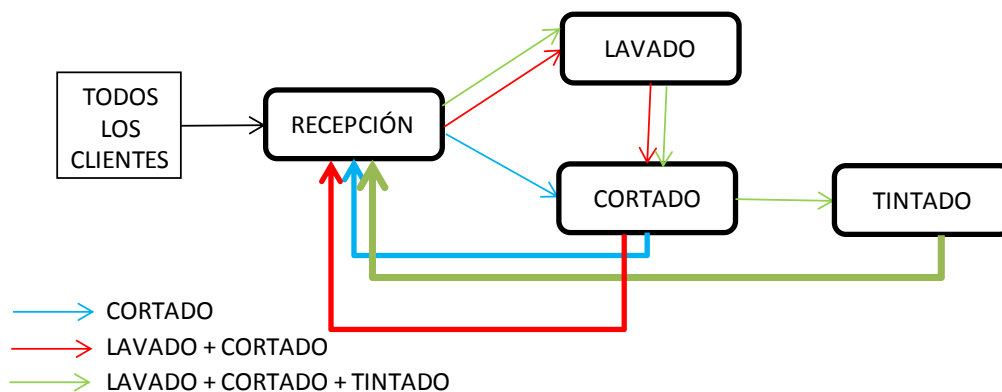
Una vez comentados los análisis realizados, vayamos a comentar los resultados obtenidos en ellos, para los cuales he supuesto tres diferentes situaciones. Una negativa, donde no se consiguen muchos clientes y supone unos resultados no muy convincentes para la apertura del negocio. Por otro lado, una situación neutral y finalmente uno positivo, que supondría unos resultados mayores que en los otros dos casos y sería lo ideal.

En el primero de los casos, es decir, la apertura de la peluquería en propiedad, tanto en el caso pesimista como en el neutro obtendríamos unas pérdidas de 570€ y 63€ respectivamente, mientras que en la situación más positiva se obtienen unos beneficios que ascienden hasta los 195€. En el segundo de los casos, el arrendamiento del negocio, las pérdidas obtenidas en el caso pesimista son de 210€, mientras que en el caso neutro se obtendrían unos beneficios de 295€ y en el caso positivo 553€. La principal diferencia se da en los costes mensuales referidos a la cuota del préstamo adquirido, frente al pago del alquiler, (1.035€ frente a los 900€ del alquiler). Esta situación revertirá entre los años 6 y 7, a la disminución de los intereses, es decir, cuando se esté a finales del préstamo, ya que los intereses serán muy pequeños, mientras que la amortización del préstamo o devolución de capital será la mayor parte, haciendo que el resultado del presupuesto cambie a ser más positivo a largo plazo.

En cuanto a la venta de productos en el establecimiento, que es una manera simple de aumentar el resultado del ejercicio, ya que este aumento de negocio tiene consigo un pequeño coste añadido, que sería la compra de un mostrador o estantería. Este coste será minúsculo, ya que se imputaría a cada ejercicio una parte del valor de este, en función de su vida útil. De este modo, un mostrador de 1600€ con una vida útil de 5 años, el coste a imputar a cada ejercicio anual sería de tan solo 320€, o 26,7€ mensuales. Los productos, que en este caso son champús para diferentes tipos de cabellos que se utilizan en propios establecimientos de peluquerías (normal, rizado, liso, grasiento...) tienen un coste de 8.80€, por lo que si se vendiesen a un precio de 11€ tan solo necesitaríamos vender 12 unidades para igualar el beneficio del ejercicio con el coste añadido. En el estudio realizado, un 10% estaría dispuesto a comprar y teniendo en cuenta que en el peor de los casos se ofrecerían alrededor de 215 servicios, ya estaríamos vendiendo unos 21 productos, por lo que ya estaríamos teniendo unos beneficios por la ampliación de servicios en el establecimiento.

Por todo ello, puedo concluir que el negocio propio, muy probablemente no sería rentable, al menos en sus inicios, ya que los ingresos solo sirven para hacer frente a los costes que suponen el negocio, pero no para enfrentarse al pago de la cuota del préstamo (solamente en el caso positivo se obtendrían beneficios) ni con el añadido del servicio de ventas de productos en el establecimiento. En cambio, el alquiler del negocio sí que sería rentable al menos en los casos tanto neutro como positivo, donde el añadido de las ventas supondría mayores beneficios. También debo de decir que gracias a los 3.500€ de efectivo con los que se empezaría a funcionar, el problema de liquidez no aparecería hasta el quinto mes en el peor de los casos (negocio propio y naturaleza negativa), por lo que habría tiempo suficiente para captar clientes y revertir la situación gracias a la publicidad como por la satisfacción del cliente y lograr la publicidad llamada boca a boca. La decisión final se debería de dar en función de la aversión al riesgo de cada persona, pero en mi caso, el negocio que abriría sería uno arrendado con la venta de productos, donde muy probablemente, gracias a la clientela fija que tenga no me encuentre en el peor de los casos, el negativo, y así no tener problemas para sobrevivir en el mercado.

2. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS PRESTADOS



Tal y como podemos ver en este gráfico, los tres servicios comienzan desde el punto de recepción, ya que el trabajador situado en él, comenzará a prestar el servicio deseado. Una vez llegado a ese punto, las personas que quieran solamente cortarse el pelo, pasarán al centro de coste o sección de cortado, para terminar volviendo a recepción a pagar. En cambio, los otros dos servicios, una vez contactado en recepción con el trabajador, pasaran a lavarse el pelo, para continuar cortándose el pelo y posteriormente, seguir un camino

diferente. En el caso de lavado + cortado, hay finaliza el proceso, por lo que pasará directamente a recepción a pagar por el servicio, mientras que en el lavado + cortado + tintado, pasará a un cuarto centro de coste, denominado tintado. Una vez acabado la tarea de dicho centro o sección, al igual que los demás servicios, pasará por recepción para pagar. Este estudio es importante para poder analizar los diferentes costes que se pueden atribuir a cada servicio de forma cualitativa, y así poder calcular cuánto le costará a la empresa cada uno de los servicios.

3. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UNA PELUQUERÍA PROPIA

a. Naturaleza de los ingresos.

Para hacer el análisis de los ingresos de una peluquería, tal y como podemos ver en la tabla 1, me he marcado tres posibles situaciones, la primera la menos deseada, que sería la negativa, ya que en este caso solamente obtendríamos 295 clientes durante todo el mes; la segunda sería la denominada caso neutral, con la obtención de 335 clientes durante el ejercicio estudiado y finalmente, la situación más favorable o deseada, que sería el caso positivo y por el cual obtendríamos mayores ingresos, gracias a las 355 visitas de los clientes.

	CORTE	LAVADO + CORTE	LAVADO + CORTE + TINTE	TOTALES	HORAS TOTALES
CASO NEGATIVO	80	175	40	295	8575
CASO NEUTRO	95	190	50	335	9900
CASO POSITIVO	100	200	55	355	10575
PRECIO	13,50 €	16,00 €	45,00 €		
tabla 1: situaciones de dientes					

Además de los clientes totales, también podemos ver como se distribuyen a los diferentes servicios. Por ejemplo, en el primer caso, de los 295 clientes que visitarían la peluquería, 80 pedirían que se les realizara el corte, 175 querrían que además del corte se les lavara el pelo también y los 40 restantes se pasarían por el establecimiento para que se les prestara el servicio más completo, que sería el lavado + cortado + el tinte.

b. Estudio de los costes

i. Análisis de los costes directos

Para poder calcular el coste total de cada servicio, hace falta atribuirle a cada uno de ellos unos costes y mediante las siguientes tablas comenzaré a analizarlos. Los costes que podemos apreciar en esta segunda tabla son los costes directos tanto de tintes, de champú y

	CORTE	LAVADO + CORTE	LAVADO + CORTE + TINTE
TINTE (sobres)	0,00	0,00	1,00
CHAMPU (ml.)	0,00	25,00	25,00
HIDRATANTE (ml.)	20,00	20,00	0,00

tabla 2: costes directos

de agua. En cuanto a los tintes, vemos que solo podemos atribuirle al servicio más completo, donde

usaremos un único sobre. En cuanto al champú, en el único servicio que no lo utilizaremos será en el corte, ya que en este caso no se lava la cabeza, mientras que en los otros dos se utilizarán alrededor de los 25 ml y para terminar el hidratante, que se consumirán 20 ml. en los servicios de corte y lavado + corte.

Tal y como podemos ver en esta tercera tabla, el coste de un sobre de tinte es de 10.70€, mientras que el ml. de champú e hidratante cuestan 0.025€ y 0.076€ respectivamente.

	Inicial
TINTE (sobres)	10,70 €
CHAMPU (ml.)	0,025 €
HIDRATANTE (ml.)	0,076 €

tabla 3: coste de los materiales directos

ii. Análisis de los costes indirectos

En cuanto a los costes indirectos que debemos atribuir a cada servicio, decir que nos encontramos ante una gran variedad de elementos, por lo que para simplificar este hecho, los agruparemos en diferentes secciones, llamados centros de costes o actividades, que en el caso de las peluquerías podrían ser recepción, lavado, cortado y tintado.

Además, estos costes podemos dividirlos también en costes variables (costes que varían en función de los servicios prestados) y costes fijos (costes que se mantienen en cuanto a su valor a pesar de realizar diferentes cantidades de servicios). En cuanto a los primeros, podemos analizar el agua (que supondría el total del coste al lavado) y la luz, que ha sido distribuida en función a los metros cuadrados que ocupa cada actividad en referencia al total del local, tal y como se puede apreciar en la tabla 4.

	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCION (cliente)
COSTES VARIABLES				
suministros (agua)	75,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
suministros (luz)	54,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €

tabla 4: costes indirectos variables

En la tabla 5 podemos ver los principales costes que no varían de un ejercicio a otro, los llamados costes fijos, que van desde la propia depreciación del inmovilizado por el propio uso, llamado amortización, como los gastos por el personal, el seguro que cubre diferentes incidentes del negocio y otros suministros como el internet y teléfono. En cuanto a las diferentes amortizaciones, comentar que para el cálculo de estos hemos utilizado el valor total de estos, dividiendo por la vida útil y finalmente dividiéndolo entre 12 por los meses que tiene el año. De este modo, calculamos la depreciación mensual que tiene cada inmovilizado. Comentar que la vida útil o el tiempo que tendremos el inmovilizado están adjuntados en el anexo, en su respectivo apartado. También podemos ver este dato en la propia tabla, ya que al lado del nombre de cada inmovilizado tenemos un primer paréntesis para aclarar la cantidad de productos que tenemos de ellos, y posteriormente, un segundo paréntesis concretando los años que esperamos que estén dichos elementos en funcionamiento sin la necesidad de cambiarlos.

Para explicar cómo funciona la tabla, explicaré alguna de las líneas: los equipos informáticos, que en este caso es un único elemento (véase el primer paréntesis), tiene una vida útil de 10 años (véase el segundo paréntesis) con un coste total de 1619.95€. La depreciación mensual del elemento lo obtendremos dividiendo el valor total por los 10 años y a continuación dividiendo entre doce para lograr la depreciación mensual. Además, comentar que ese valor obtenido ha de distribuirse a las diferentes actividades, que en este caso el total ira a recepción, ya que el elemento se encuentra en dicho lugar (lo mismo ocurre con el lava-cabezas, cuyo coste se distribuirá solamente a lavado). En el caso de que el inmovilizado fuese usado en dos lugares distintos, el coste mensual lo repartiríamos a medias entre las dos actividades, por ejemplo, tal y como ocurre con el secador.

En cuanto al coste de personal lo analizaré posteriormente, ya que en este caso hay que tener en cuenta también otros elementos como las nóminas y otros costes que suponen para la empresa el contratar a un empleado.

	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCION (cliente)	TOTAL
COSTES FIJOS					
amortizacion equipos informaticos (1) (10)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	13,50 €	1.619,95 €
amortizacion intrazon milan digital (1) (8)	0,00 €	0,00 €	11,99 €	0,00 €	1.150,75 €
amortizacion parlux 3200 secador (3) (3)	0,00 €	4,10 €	4,10 €	0,00 €	295,05 €
amortizacion plancha gck (2) (3)	0,00 €	8,76 €	0,00 €	0,00 €	315,40 €
amortizacion maquina cortapelo (3) (3)	0,00 €	11,02 €	0,00 €	0,00 €	396,81 €
amortizacion tijeras (2) (4)	0,00 €	17,10 €	0,00 €	0,00 €	820,60 €
amortizacion rizadores (2) (4)	0,00 €	1,73 €	1,73 €	0,00 €	166,32 €
amortizacion lavacabezas (3) (12)	22,50 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.240,00 €
amortizacion tocador peluqueria (3) (8)	0,00 €	7,29 €	3,65 €	0,00 €	1.050,00 €
amortizacion sillones (3) (8)	0,00 €	7,81 €	3,91 €	0,00 €	1.125,00 €
amortizacion recepcion (1) (10)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	12,71 €	1.525,00 €
amortizacion aprendizaje cappa (2) (4)	0,00 €	0,00 €	4,67 €	0,00 €	224,00 €
amortizacion taburetes (3) (4)	0,00 €	3,76 €	1,88 €	0,00 €	270,75 €
amortizacion espejos (3) (2)	0,00 €	1,06 €	0,53 €	0,00 €	38,25 €
PERSONAL FIJO mensual	440,78 €	615,25 €	91,83 €	615,25 €	2.963,11 €
seguro mensual	5,77 €	11,54 €	4,61 €	1,92 €	23,84 €
amortizacion local (1) (35)	57,03 €	114,06 €	45,62 €	19,01 €	99.000,00 €
internet + telefono fijo (fusión) mensual	0,00 €	0,00 €	0,00 €	42,23 €	42,23 €
TOTAL	655,36 €	912,05 €	337,37 €	758,91 €	3.150,69 €

tabla 5: costes indirectos fijos

	COMERCIAL	ADMON.
COSTES FIJOS	237,00 €	250,00 €

tabla 6: otros costes fijos

También hace falta comentar estos otros dos costes que podemos ver en la tabla 6, que en

este caso son los llamados costes del periodo (son causados por todo lo que se haga adicionalmente con el fin de poder vender los productos fabricados o servicios ofrecidos). En cuanto al comercial, hace referencia a la publicidad en la televisión durante el mes, mientras que el segundo se da como consecuencia de llevar la contabilidad, fiscalidad etc. en una asesoría. Estos costes no los meteremos como costes de producción o de prestación de servicio, sino que los restaremos al final del presupuesto como lo podrán ver cuando lo analicemos.

Ahora sí, centrándonos en los costes de la mano de obra, tenemos que analizar de donde vienen esos 2963.11€. Por un lado, tenemos el coste del personal contratado, que además de su propia nómina también tenemos otros costes por la contratación y por otro lado, tenemos el salario que se llevaría el propio dueño de la empresa.

CONCEPTOS	IMPORTE
Sueldo Base	1.051,72
Antigüedad	50,00
Incentivos	45,00
Prorrata pagas extras	183,62
Aportación a Planes de Pensiones	
S.S. a cargo de la empresa	397,77
Otras Rentas (transporte)	35,00
COSTES SALARIALES INDIRECTOS	1.763,11

tabla 7: costes por contratar personal

*La nómina del trabajador podremos encontrarla en el anexo de su respectivo apartado.

El coste total que supone para la empresa la contratación de un empleado no es el líquido que percibe éste, sino los conceptos que podemos encontrar en la nómina y a eso sumándole otros costes como los que podemos ver en la tabla 7. Un ejemplo es la prorrata de las pagas extras, que en este caso la hemos obtenido mediante el sueldo base y la antigüedad y finalmente dividiendo entre 6 (o si fuese preferible sumando dos veces las bases y antigüedades y finalmente dividiendo entre 12). Tampoco podemos olvidarnos que otro coste de contratar al personal es la S.S. a cargo de la empresa, que se obtiene aplicando el 29.90% a la base de cotización, que está constituida por los conceptos sujetos a cotización y la prorrata de la paga extra. En cuanto a otras rentas como puede ser el transporte, que son conceptos que no están sujetos a cotización también debemos de añadirlos. Finalmente, tal y como podemos ver en la tabla 7, hemos obtenido que el coste total de contratar a un empleado ha sido de 1763.11€, a los cuales sumándole los 1200€ que se llevaría el dueño del negocio, tenemos el coste fijo de personal por una cuantía de 2963.11€.

En cuanto a este coste, podemos hacer otros análisis como puede ser el coste de la hora de contratar a un empleado. Para ello veamos las siguientes tablas:

HORAS DE TRABAJO:			
Concepto	Días Laborables	Horas/día trabajadas	Total
Horas nominales	22,00	8,00	176,00

Concepto	Horas nominales	Descanso diario	Días Laborables	total
Horas reales o efectivas	176,00	0,50	22,00	165,00

tabla 8: horas de trabajo

En cuanto a las horas que trabaja un empleado, podemos diferenciar las horas nominales y las horas efectivas. La primera hace referencia a las horas que pasa el empleado en su puesto de trabajo, y la segunda a las horas que realmente está realizando su trabajo. Para calcular dichas horas, debemos de tener en cuenta que el mes tiene 22 días laborales y que en cada una de ellas, teniendo una jornada completa de 8 horas, estará en su puesto de trabajo 176 horas (nominales). Pero a ello, también le debemos de sumar el tiempo que el

	Coste MOI	Horas	Total
Tasa Hora Nominal:	1763,11	176	10,02
Tasa Hora Real:	1763,11	165	10,69

tabla 9: coste de la hora

trabajador se toma por ejemplo para almorzar, tomarse un café... en este

caso, si calculamos que en media un trabajador se toma un descanso de 30 minutos diarios,

al cabo del mes, se pierden 11 horas, haciendo que las horas efectivas disminuyan hasta los 165.

Una vez determinado las horas nominales y reales o efectivas, no tenemos más que calcular el coste que nos supone el empleado por hora. Como cabía suponer, la tasa real es mayor que la nominal, ya que el coste de contratar al empleado debemos de repartirlo a menos horas. Cuanto mayor sea el tiempo que se pierde, mayor será la diferencia entre las dos tasas horarias y también mayor será el coste real de la hora. De ahí que el coste nominal termine siendo de 10.02€ la hora y el coste real de la hora sea de 10.69€.

Los datos utilizados son reales, véase en el anexo en su respectivo apartado.

c. Presupuesto de una peluquería propia

Para analizar el presupuesto de una peluquería propia analizaremos los diferentes puntos de un presupuesto. El cálculo de éste, se realizará suponiendo el caso neutro de clientes, aunque cuando analicemos los resultados, tendremos en cuenta las 3 posibles situaciones.

i. Presupuesto de ingresos

En cuanto a los ingresos, tal y como podemos ver en la tabla 10 obtendremos 6.573€; 1283€ procedentes de los cortes realizados durante el mes, y 3040€ y 2250€ de los lavados+ cortes y lavado + corte + tintes respectivamente.

PASO 1: PRESUPUESTO DE INGRESOS			
	Precio venta	UNIDADES vendidos	Ingresos totales
CORTE	13,50 €	95,00	1.283 €
LAVADO + CORTE	16,00 €	190,00	3.040 €
LAVADO + CORTE + TINTE	45,00 €	50,00	2.250 €
			6.573 €

tabla 10: ingresos

También decir que los ingresos obtenidos en los otros dos casos son: 5680€ en el caso negativo y 7025€ en el caso positivo.

ii. Presupuesto de uso de materiales directos

Para calcular los materiales directos a comprar, primero necesitamos saber cuántos utilizaremos durante el transcurso mensual. Para ello, tendremos en cuenta cuanto se utiliza de cada elemento y cuantos servicios se prestan. Por ejemplo, en el caso de los tintes, vemos que solo se utilizan en el servicio más completo y que se usa un único sobre, por ello podemos concluir que necesitaremos 50 sobres. En cambio, en el caso del champú, será utilizado en los dos procesos que se lava la cabeza. Por ello, para calcular los ml necesarios durante el mes, deberemos de multiplicar los mililitros necesarios en los dos servicios por sus respectivos servicios, es decir, 25 ml. consumidos en cada uno de los 240

PASO 2: PRESUPUESTO DE USO DE MATERIALES DIRECTOS			
	relacion tecnica	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD TOTAL MP
TINTE (sobres)			
CORTE	0,00	95,00	0,00
LAVADO + CORTE	0,00	190,00	0,00
LAVADO + CORTE + TINTE	1,00	50,00	50,00
A CONSUMIR			50,00
CHAMPU (ml.)			
CORTE	0,00	95,00	0,00
LAVADO + CORTE	25,00	190,00	4.750,00
LAVADO + CORTE + TINTE	25,00	50,00	1.250,00
A CONSUMIR			6.000,00
HIDRATANTE (ml.)			
CORTE	20,00	95,00	1900
LAVADO + CORTE	20,00	190,00	3.800,00
LAVADO + CORTE + TINTE	0,00	50,00	0,00
A CONSUMIR			5.700,00

tabla 11: uso de mat. Directos

Servicios (190 de lavado + corte y 50 de los lavados + cortes + tinte). Del mismo modo realizaremos el respectivo cálculo con el hidratante, obteniendo un resultado de 5.700 ml. A consumir.

Una vez conociendo los consumos de estos tres materiales directos, deberemos de calcular la compra mensual que hará falta de realizar.

iii. Presupuesto de compra de materiales

El objetivo es tener materiales directos como para atender a 50 personas de cada tipo de servicio, por lo que deberemos de realizar los siguientes cálculos:

Productos MP:	Inventario	Inventario final
	inicial	objetivo
TINTE (sobres)	50,00	50,00
CHAMPU (ml.)	1.250,00	1.250,00
HIDRATANTE (ml.)	1.000,00	1.000,00

tabla 12: inventario de MP

Teniendo en cuenta cuanto se consume de cada uno de ellos, obtenemos estos resultados. Es decir, si por cada servicio se usa un sobre de tinte deberemos tener 50 sobres en el almacén, o en el caso del champú, como se usan 25 ml. Deberemos tener 1.250 ml (50x25ml), y lo mismo con el hidratante, donde necesitaremos un litro tal y como vemos en la tabla 12.

TINTE (sobres)			
	CANTIDAD	COSTE	VALOR
EXISTENCIAS INICIALES	50	10,700 €	535,000 €
COMPRAS	50	10,700 €	535,000 €
TOTAL	100	10,700 €	1.070,000 €
	CANTIDAD	COSTE	VALOR
CONSUMO	50	10,700 €	535,000 €
EXISTENCIAS FINALES	50	10,700 €	535,000 €
TOTAL	100	10,700 €	1.070,000 €

tabla 13: compras de Sobres de Tintes.

En la tabla 13 podemos ver que para cumplir con el objetivo de tener MP para 50 personas deberemos de comprar 50 sobres de

tinte a 10,70€ (más información sobre los Materiales directos en el respectivo punto del anexo), lo cual supondrá un desembolso de 535€. Para el cálculo de la cantidad de compra tenemos que igualar las existencias iniciales y las compras, con el consumo y las existencias finales.

Lo mismo deberemos de hacer con los otros dos materiales:

CHAMPU (ml.)				HIDRATANTE (ml.)			
	CANTIDAD	COSTE	VALOR		CANTIDAD	COSTE	VALOR
EXIST. INIC.	1.250	0,025	31,21 €	EXIST. INIC.	1.000	0,076	75,87 €
COMPRAS	6.000	0,025	149,80 €	COMPRAS	5.700	0,076	432,44 €
TOTAL	7.250	0,025	181,01 €	TOTAL	6.700	0,076	508,31 €
	CANTIDAD	COSTE	VALOR		CANTIDAD	COSTE	VALOR
CONSUMO	6.000	0,025	149,80 €	CONSUMO	5.700	0,076	432,44 €
EXIST. FINAL.	1.250	0,025	31,21 €	EXIST. FINAL.	1.000	0,076	75,87 €
TOTAL	7.250	0,025	181,01 €	TOTAL	6.700	0,076	508,31 €

bla 14: compra de champú

En cuanto a los costes del champú e hidratante hace falta decir que el coste es unitario, es decir, que el ml de champú cuesta 0.025€ y el ml de hidratante 0.076€. (En el anexo hay

más información sobre cada uno de estos dos productos, ya que la compra se realiza por bote y no por ml).

Podemos ver que deberíamos de comprar 6.000 ml. y 5.700 ml. de champú e hidratante respectivamente, con un coste de la operación de 149,80€ y 432,44€.

Un dato a resaltar en estos cálculos es el valor de la compra total, que llega a ser de 1.117€ por los tres productos.

iv. Presupuesto de costes de CIF

PASO 5: PRESUPUESTO DE COSTES DE CIF				
	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCION (diente)
COSTES VARIABLES				
suministros (agua)	75,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
suministros (luz)	54,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €
TOTAL	129,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €
U.O.	7200,00	10050	4500	335,00
COSTE U.O.	0,02 €	0,01 €	0,04 €	0,16 €
		167,5	75	
COSTES FIJOS				
PERSONAL FIJO	740,78 €	1.034,00 €	154,33 €	1.034,00 €
seguro	5,77 €	11,54 €	4,61 €	1,92 €
amortizacion inmovilizado	79,53 €	176,69 €	78,07 €	45,22 €
internet + telefono fijo (fusión)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	42,23 €
comercial (publicidad xalao)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL	826,07 €	1.222,23 €	237,01 €	1.123,37 €
U.O.	7200	10050	4500	335
COSTE U.O.	0,11 €	0,12 €	0,05 €	3,35 €

tabla 15: coste unitario de cada actividad

Mediante este proceso que está representado en la tabla 15, vamos a calcular el coste unitario añadido tanto para los costes fijos como variables de cada actividad o centro de coste y así a continuación utilizar dichos cálculos para terminar calculando el coste unitario de cada producto. En cuanto a los costes variables, en el caso de la sección de lavado, debemos de repartir los costes de 129,29€ a todos los servicios que pasan por él. Para ello, utilizaremos una unidad que teniendo en cuenta el tipo de actividad que es, podría ser los litros de agua que se utilizan, que en este caso son 7200 litros. En definitiva, a cada litro de agua se le asignara 0.02€ de costes. Los mismos cálculos deberemos de realizar en cortado, tintado como en recepción. En los dos primeros, la unidad de obra con la que atribuiremos unos costes a cada servicio será el minuto que se pasa en esta actividad, obteniendo unos costes unitarios de 0.01€ y 0.04€ respectivamente. En cuanto a recepción, los costes se repartirán en función de los clientes que pasan por allí, que en total serán 335 personas y

tendrá un coste unitario de 0.16€. Lo mismo deberemos de realizar con los costes fijos, y obtendremos unos costes unitarios para cada sección también relacionados con los costes fijos. Los resultados obtenidos en estos últimos cálculos son estos: en lavado 0.11€ por unidad (litro de agua), 0,12€ y 0,05€ en cortado y tintado respectivamente y 3,35€ en recepción.

v. Coste unitario Producto terminado

Una vez que hemos calculado el coste unitario de cada sección para los costes fijos como variables, vayamos a calcular los costes unitarios de cada servicio. Para ello, analicemos la tabla 16.

	CORTE		
	RELECCION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL
Materiales directos:			
TINTE (sobres)	0,00	10,7000 €	0,000 €
CHAMPU (ml.)	0,00	0,0250 €	0,000 €
HIDRATANTE (ml.)	20,00	0,0759 €	1,517 €
CIF VARIABLES			
LAVADO (litros agua)	0,00	0,0180 €	0,000 €
CORTADO (min.)	30,00	0,0108 €	0,324 €
TINTADO (min)	0,00	0,0362 €	0,000 €
RECEPCION (cliente)	1,00	0,1620 €	0,162 €
CIF FIJOS			
LAVADO (litros agua)	0,00	0,1147 €	0,000 €
CORTADO (min.)	30,00	0,1216 €	3,648 €
TINTADO (min)	0,00	0,0527 €	0,000 €
RECEPCION (cliente)	1,0000	3,3533 €	3,353 €
COTES UNITARIO			9,005 €

tabla16: coste unitario del corte

Primero, deberemos de añadir el coste de los materiales directos. En el caso del corte, tanto el champú como el tinte no supondrán ningún tipo de coste añadido, ya que no serán utilizados. En cambio, el caso del hidratante es diferente, donde sabiendo que se utilizan 20 ml de este producto y que cada ml tiene un coste de 0.0759€, le añadiremos un coste de 1,517€ al servicio final.

En segundo lugar, analizaremos los costes indirectos variables. El centro de coste de lavado no le supone coste alguno, ya que los clientes no pasan por allí, y lo mismo pasa con tintado. En cambio, cortado si supone un coste añadido, en este caso, el minuto tiene un coste de 0.01€ y como en él se pasan 30 minutos, terminamos añadiéndole 0,324€. Recepción es el otro centro de coste o actividad que añade un coste que será de 0,162€ por cliente.

Para terminar, deberemos de realizar la misma operación con los costes indirectos fijos y finalmente sumar todos los costes para terminar conociendo el coste que supone cada servicio de cortado, que en nuestro caso tiene un valor o un coste de 9,005€.

	LAVADO + CORTE			LAVADO + CORTE + TINTE		
	RELACION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL	RELACION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL
Materiales directos:						
TINTE (sobres)	0,00	10,7000 €	0,000 €	1,00	10,7000 €	10,700 €
CHAMPU (ml.)	25,00	0,0250 €	0,624 €	25,00	0,0250 €	0,624 €
HIDRATANTE (ml.)	20,00	0,0759 €	1,517 €	0,00	0,0759 €	0,000 €
CIF VARIABLES						
LAVADO (litros agua)	30,00	0,0180 €	0,539 €	30,00	0,0180 €	0,539 €
CORTADO (min.)	30,00	0,0108 €	0,324 €	30,00	0,0108 €	0,324 €
TINTADO (min)	0,00	0,0362 €	0,000 €	90,00	0,0362 €	3,257 €
RECEPCION (cliente)	1,00	0,1620 €	0,162 €	1,00	0,1620 €	0,162 €
CIF FIJOS						
LAVADO (litros agua)	30,00	0,1147 €	3,442 €	30,00	0,1147 €	3,442 €
CORTADO (min.)	30,00	0,1216 €	3,648 €	30,00	0,1216 €	3,648 €
TINTADO (min)	0,00	0,0527 €	0,000 €	90,00	0,0527 €	4,740 €
RECEPCION (cliente)	1,00	3,3533 €	3,353 €	1,00	3,3533 €	3,353 €
COTES UNITARIO			13,610 €			30,790 €

tabla17: coste unitario del lavado + corte y lavado + corte + tinte

Lo mismo deberemos de realizar con los dos siguientes servicios, donde hemos obtenido los siguientes resultados:

El servicio de lavado + cortado nos supone un coste de 13,61€ mientras que el servicio más completo, el lavado + corte + tinte supone un coste de 30,79€. Una vez calculado el coste de producción, tendremos que analizar los costes del periodo, aquellos que se dan por terceras causas y no por la realización del producto.

vi. Presupuesto de costes no relacionados con la producción

Los costes comerciales hacen referencia a anuncios de la propia peluquería para darse a conocer y así en los siguientes periodos captar cuota de mercado y así mejorar el resultado. En cambio, los costes de administración, son aquellos que se cargaran a la empresa como consecuencia de llevar la contabilidad, fiscalidad etc. Mediante una asesoría. Tal y como se puede ver en la tabla 18, dichos costes son de 397€ y 250€, sumando un total de 647€.

	COSTES INDIRECTOS
COMERCIAL	397,0000 €
ADMON	250,0000 €
TOTAL	647,0000 €

tabla 18: costes del periodo

vii. Cuenta de resultados Presupuestada

	CORTE			LAVADO + CORTE			LAVADO + CORTE + TINTE			INGRESOS TOTALES
	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	
INGRESOS	13,50 €	95,00	1.282,50 €	16,00 €	190,00	3.040,00 €	45,00 €	50,00	2250	6.572,50 €
	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	COSTE TOTAL
COSTES	-9,005 €	95,00	-855,5013808	-13,610 €	190,00	-2585,918577	-30,790 €	50,00	-1539,50752	-4.980,93 €
MARGEN INDUSTRIAL	4,495 €	95,00	426,9986192	2,390 €	190,00	454,0814231	14,210 €	50,00	710,49248	1.591,57 €
COMERCIAL										-397,00 €
MARGEN COMERCIAL										1.194,5725 €
ADMON										-250,00 €
INTERESES										-1.035,00 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS										-90,4275 €
IMPUESTO										27,1282433
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS										-63,2992 €

En este caso neutral, podemos ver que tenemos un margen industrial de 1591,57€, es decir, que los costes de producción son menores que los propios ingresos por los servicios prestados. Estos ingresos son suficientes para hacer frente a los costes del periodo, es decir, somos autosuficientes para hacer frente a los pagos de 397€ por los gastos de comercial y para los 250€ de administración. En cambio, existen otros cargos que tenemos que tener en cuenta, que son los intereses por el préstamo que se concedería para poder poner en marcha el nuevo negocio, que hace que el resultado final termine siendo negativo, o llamado de otra manera, en pérdidas. Para poder cambiar esta situación, tendríamos diferentes soluciones, entre ellos, amortizar el préstamo en un periodo más largo (aunque esto supongo que al final paguemos aún más), haciendo que la cuota y los propios intereses disminuyan en cada pago, intentar disminuir los costes de admon. y comerciales, o finalmente, otra oportunidad, disminuir los salarios tanto del empleado como del propio dueño para poder sobrevivir en el mercado. Estas últimas soluciones serían temporales, ya que los propios costes de publicidad deberían de tener efectos positivos para los siguientes ejercicios, atrayendo a más clientes y no necesitando seguir manteniendo la disminución de salario.

En cambio, en el caso más negativo, el resultado es aún algo peor, donde los ingresos como consecuencia de los menores servicios prestados también disminuye. De este modo, se obtendría una pérdida de 570€ (véase la cuenta de resultado en el anexo). Esto se debería de solucionar lo antes posible, ya que como veremos en el estado de flujo de efectivo, en el siguiente apartado, gracias a la tesorería inicial tendremos varias semanas, o incluso varios meses para lograr que la publicidad o algún factor haga que tengamos mayores clientes y así aumentar los ingresos. En cuanto a la situación positiva, comentar que se obtendrían unos beneficios de unos beneficios de casi 200€. En este caso, el problema de liquidez que se analizaría en el siguiente apartado no existiría.

d. Estado de flujo de efectivo (EFE)

PRESUPUESTO FLUJO DE EFECTIVO				
	SEMANAS			
	1	2	3	4
Ventas	1.643,13 €	1.643,13 €	1.643,13 €	1.643,13 €
	SEMANAS			
	1	2	3	4
Saldo efectivo inicial	3.500,00 €	5.143,13 €	6.786,25 €	8.429,38 €
Más entradas				
Cobros clientes	1.643,13 €	1.643,13 €	1.643,13 €	1.643,13 €
Total efectivo disponible	5.143,13 €	6.786,25 €	8.429,38 €	10.072,50 €
	1.643,13	1.643,13	1.643,13	1.643,13
Menos desembolsos				
Materiales directos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.117,24 €
Nóminas comercial y admon.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	487,00 €
Costes Indirectos (sum.)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	521,07 €
Impuestos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	-27,13 €
Compra inmovilizado				1.065,70 €
Total desembolsos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.126,99 €
Saldo mínimo de caja	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Total de efectivo necesario	250,00 €	250,00 €	250,00 €	6.376,99 €
Exceso (déficit) de efectivo	4.893,13 €	6.536,25 €	8.179,38 €	3.695,51 €
Financiación				
Préstamo (al inicio)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Liquidación (al final)				
Interés				
TOTAL ACTIVIDAD FINANCIACIÓN	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Saldo efectivo final	5.143,13 €	6.786,25 €	8.429,38 €	3.945,51 €

tabla 20: EFE

Mediante la tabla 20, correspondiente al Estado de Flujo de Efectivo, analizaremos la liquidez de este negocio, ya que no solo tenemos que tener en cuenta la cuenta de resultados para decir que una empresa es viable o no. Otro punto muy importante a tener en cuenta es la liquidez. Hoy en día, el problema de muchas empresas es la falta de liquidez y por ello, haremos un análisis profundo en este apartado.

En este caso concreto, primero me centrare en los cobros, y luego en los pagos de la primera semana para explicar el modo de calcular el saldo efectivo final. En muchos sectores, debemos de diferenciar las ventas de los cobros, ya que estos últimos suelen aplazarse. En el caso de la peluquería, generalmente no ocurre esto, ya que los clientes pagan al contado una vez finalizado el servicio, por lo que los cobros serán finalmente la misma cuantía que las ventas. Además, también habrá que tener en cuenta que el negocio comenzará con 3.500€ en efectivo (en cambio, la tesorería inicial de la segunda semana será el saldo final del primer periodo). Por todo ello, la primera semana, existirá un efectivo disponible de 5.143€ que provienen de las ventas y la tesorería inicial.

Con referencia a los pagos, tenemos que tener en cuenta varios apartados. Los materiales directos hacen referencia a la compra semanal de tintes, champú e hidratante, cuyo valor fue analizado en su respectivo apartado y que será pagado cada final de mes, es decir, la cuarta semana, por lo que en las tres anteriores el pago de este concepto será cero y en ese cuarto de 1.117€. Otros dos gastos que si suponen un pago o salida de efectivo son las nóminas, tanto del empleado como del propietario, y los gastos comerciales y de administración, con un valor de 487€ a pagar también a final de mes. Por otro lado también tenemos que tener en cuenta los pagos de los suministros, tanto de agua, luz, teléfono + internet y el pago del seguro del local, que asciende a 521€, a desembolsar también a final de mes. Los impuestos también suponen unos pagos, que en este caso será un ingreso, ya que tenemos pérdidas y por último, el pago más importante, que también lo veremos únicamente a final de cada mes, el pago de la cuota de préstamo adquirido para la compra de inmovilizado, cuyo valor asciende a los 1.065€ (véase la tabla de amortización de préstamo en su respectivo apartado del anexo). De este modo, si tenemos en cuenta todos los pagos y la tesorería mínima que se quiere tener para hacer frente a cualquier imprevisto, podremos calcular el exceso o déficit de tesorería. En caso de haber déficit, habría que pedir un préstamo para hacer frente a los pagos, cosa no ocurre hasta la semana 20 en el caso negativo y hasta la semana 36 en el caso neutral. Por ello, se puede decir que existe margen de maniobra para mejorar la situación y esperar que los servicios prestados aumenten una vez que se ponga en marcha la publicidad y la información boca a boca de

los propios clientes. Finalmente, obtendremos el saldo efectivo final, la tesorería que queda a final de la semana mediante la suma del exceso de efectivo y el saldo mínimo de caja, el cual vemos, que cada final de mes, va disminuyendo.

e. Umbral de rentabilidad de los servicios prestados

Este apartado sirve para analizar la rentabilidad que nos ofrece cada servicio en función de los costes que supone cada uno de ellos y los precios por los cuales se prestan.

	CORTE	LAVADO+CORTE	LAVADO+CORTE+TINTE
COSTE FIJO	4055,687578	4055,687578	4055,687578
COSTE VARIABLE	2,003480725	3,166329534	15,60613239
PRECIO VENTA	13,50 €	16,00 €	45,00 €
Margen	11,50 €	12,83 €	29,39 €
Margen %	85%	80%	65%
UNIDADES A VENDER	352,78	316,02	137,98

tabla 21 : umbral de rentabilidad

Tal y como se puede apreciar en la tabla 21, el coste fijo del ejercicio asciende hasta los 4.055€, por lo que si los distribuimos totalmente a uno de los tres servicios, podemos calcular cuántos deberíamos de realizar para mediante los beneficios llegar a compensar dichos costes. Mediante la fórmula $CF/(PV-CV)$ llegamos a calcular que mediante la venta de 353 cortes, 316 lavados + cortes o 138 lavados + corte + tinte los beneficios serían cero, es decir, que los ingresos y gastos se igualarían. Podemos ver que el último de los servicios, es el que mayor margen tiene, y que por ello necesita menos cantidad de ventas, mientras que los cortes, son los que menos beneficios dan por servicio y que por ello harían falta más ventas.

	CORTE	LAVADO+CORTE	LAVADO+CORTE+TINTE
COSTE FIJO	665,1707119	1984,315965	759,2009005
COSTE VARIABLE	2,003480725	3,166329534	15,60613239
PRECIO VENTA	13,50 €	16,00 €	45,00 €
Margen	11,50 €	12,83 €	29,39 €
Margen %	85%	80%	65%
UNIDADES A VENDER	57,86	154,62	25,83

tabla 22: umbral de rentabilidad

En cambio, en esta tabla 22, hemos calculado cuantos servicios habría que prestar de cada uno de ellos para que el margen industrial fuese igual a cero. Para dicho cálculo, los costes fijos que se atribuyen a cada servicio son los individuales de cada uno, no como en el caso anterior, que eran los totales del ejercicio o del mes. Una vez realizado los cálculos pertinentes (misma fórmula que el cálculo anterior), podemos ver que harían falta vender 58 servicios de cortes, 155 de lavado + cortes y 26 del servicio más completo para que la empresa empezara a tener beneficios por la actividad principal del negocio, que en este caso es la peluquería.

f. Balance de situación

BALANCE DE SITUACIÓN					
	01/01/2014	31/01/2014		01/01/2014	31/01/2014
Activo no corriente	111.237,88 €	110.671,24 €	Patrimonio Neto	80.879,95 €	80.816,66 €
Edificios	99.000,00 €	99.000,00 €	Capital	80.879,95 €	80.879,95 €
Maquinaria	12.237,88 €	12.237,88 €	Reservas	0,00 €	-63,30 €
Amortización acumulada	0,00 €	-566,64 €			
Activo corriente	4.142,07 €	4.587,58 €	Pasivo no corriente	34.064,27 €	34.064,27 €
Efectivo	3.500,00 €	3.945,51 €	Deudas a largo plazo	34.064,27 €	34.064,27 €
Clientes	0,00 €	0,00 €			
Inventario de materiales directos	642,07 €	642,07 €	Pasivo corriente	435,73 €	377,90 €
Inventario de productos terminados	0,00 €	0,00 €	Deudas a corto plazo	435,73 €	405,02 €
			Proveedores	0,00 €	0,00 €
			Impuesto sociedades	0,00 €	-27,13 €
Total Activo	115.379,95 €	115.258,82 €	Total Patrimonio neto y pasivo	115.379,95 €	115.258,83 €

tabla 23: balance de situación

En la tabla 23 podemos ver como estaría constituido el balance de la peluquería propia. Por un lado están los activos no corrientes, es decir, el local y la maquinaria necesaria para llevar a cabo la actividad empresarial. El valor de estos va disminuyendo por el uso diario, y está reflejado en la amortización acumulada. En cuanto al activo corriente, el efectivo a principio del ejercicio es de 3.500€, mientras que a final de mes aumenta hasta los 3945.51€, obtenido mediante el EFE que ha sido explicado en uno de los apartados posteriores. Los clientes en cambio, siempre tendrán un valor nulo, ya que el servicio se paga al contado, al igual que ocurre con los proveedores, a los cuales también se les paga sin ningún tipo de retraso. En referencia a los materiales directos, comentar que estos serán iguales tanto a inicio del mes como al final, ya que el objetivo será tener materia prima para hacer frente a 50 servicios de cada producto, mientras que no existirán productos terminados, ya que nos encontramos ante un servicio que no es posible acumular.

Por otro lado tenemos el pasivo y patrimonio neto. En cuanto al patrimonio neto, comentar que está constituido por el valor de 80.879€, el cual disminuirá por culpa de la pérdida del ejercicio cuyo valor asciende hasta los 63.30€ obtenidos del presupuesto. En cuanto al pasivo, comentar

que para la constitución de la empresa, hacían falta unos

CAPITAL PROPIO	70%	80.500,00 €
CAPITAL AJENO (PRESTAMO)	30%	34.500,00 €
tabla 24: naturaleza de la liquidez		

115.000€, de los cuales el 70% es obtenido mediante fondos propios y el 30% mediante fondos ajenos, es decir, mediante un préstamo pedido al banco tal y como podemos ver reflejado en la tabla 24. Las primeras 12 cuotas las tomaremos como si fuesen deuda a corto plazo, mientras que lo restante como deuda a largo plazo. Para más información, véase en el apartado correspondiente del anexo la tabla de amortización del préstamo. Para terminar, podemos ver como el pasivo corriente disminuye por dos razones: una porque ha sido pagado la primera cuota de préstamo, y por otro lado, porque hay un derecho de deducción en el impuesto de sociedades en los siguientes ejercicios como consecuencia a las pérdidas proporcionadas en el primer ejercicio de la peluquería.

4. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UNA PELUQUERÍA ARRENDADA

a. Naturaleza de los ingresos.

En cuanto a los ingresos, comentar que hemos utilizado el mismo sistema que el caso principal de montar una peluquería propia, donde hemos proporcionado de nuevo las tres posibles situaciones (negativa, neutra y positiva) con los mismos números para así poder hacer una comparación sobre cuál de los dos casos es más rentable. A pesar de ello, habría que comentar, que los inicios de una peluquería alquilada sería algo más fácil de llevar a cabo, ya que en este caso, la peluquería a alquilar, está lista para prestar los servicios del sector donde además podemos contar con clientes ya fijos. Por todo ello, me centraré en analizar principalmente los costes, y mediante dicho estudio concluiré analizando y comparando los resultados que aportan ambos a final del primer mes.

b. Estudio de los costes

i. Análisis de los costes directos

Los costes directos no variarán en este caso, ya que se refieren a los tintes, champú e hidratantes. Estos serán necesarios en ambos casos, tanto en la peluquería propia como en la arrendada, por lo que del análisis de este punto no obtenemos ningún tipo de diferencia y ninguna conclusión.

ii. Análisis de los costes indirectos

En este apartado, al igual que en mismo punto analizado para la peluquería propia, debemos de diferenciar los costes variables y los fijos. Los primeros, de la misma forma que los costes directos no cambian, los suministros de agua y de luz seguirán formando parte de los costes. Por ello, nos centraremos en los costes fijos, punto mediante el cual terminaremos concluyendo si realmente es menos costoso una peluquería propia o una alquilada.

	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCIO N (cliente)
COSTES VARIABLES				
suministros (agua)	75,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
suministros (luz)	54,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €
COSTES FIJOS				
amortizacion equipos informaticos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion intrazon milan digital con pie (1)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion parlux 3200 secador (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion plancha gck (2)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion maquina cortapelo (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion tijeras (2)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion rizadores (2)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion lavacabezas (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion tocador peluqueria (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion sillones (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion recepcion (1)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion aprendizaje cappa colores (2)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion taburetes (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
amortizacion espejos (3)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
PERSONAL FIJO	740,78 €	1.034,00 €	154,33 €	1.034,00 €
seguro	5,77 €	11,54 €	4,61 €	1,92 €
arrendamiento local	217,74 €	435,48 €	174,19 €	72,58 €
internet + telefono fijo (fusión)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	42,23 €
	1.093,57 €	1.589,59 €	495,99 €	1.205,02 €

tabla 25 : costes indirectos de una peluquería arrendada

Tal y como vemos resumido en esta tabla 25, los costes variables son los mismos y tienen una cuantía idéntica. La diferencia principal podemos encontrar en los costes fijos, donde

en este caso no se deprecian los inmovilizados, mientras que si se distribuye el coste de 900€ del arrendamiento del local en los diferentes centros de coste. Ese reparto se ha realizado en función de los metros cuadrados que ocuparía cada uno de ellos sobre los 62m² que tiene el establecimiento, por lo que podemos ver que los dos primeros son los que más ocupan (15 y 30 m² respectivamente, mientras que los dos siguientes ocupan 12 y 5 m²).

c. Presupuesto de una peluquería propia

i. Presupuesto de ingresos:

No varía con respecto al primer caso para poder realizar más eficazmente la comparación sobre la eficiencia en costes.

ii. Presupuesto de uso de materiales directos:

No varía con respecto al primer caso, ya que los servicios prestados son los mismos, por lo que los materiales utilizados tampoco cambiarán.

iii. Presupuesto de compra de materiales:

El uso de las mismas cantidades de materiales, tanto en tintes, champús como en hidratantes no cambia, por lo que la necesidad de compras tampoco variará.

	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCION (diente)
COSTES VARIABLES				
suministros (agua)	75,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
suministros (luz)	54,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €
TOTAL	129,29 €	108,57 €	162,86 €	54,29 €
U.O.	7200,00	10050	4500	335,00
COSTE U.O.	0,02 €	0,01 €	0,04 €	0,16 €
		167,5	75	
COSTES FIJOS				
PERSONAL FIJO	740,78 €	1.034,00 €	154,33 €	1.034,00 €
seguro	5,77 €	11,54 €	4,61 €	1,92 €
amortizacion local	217,74 €	435,48 €	174,19 €	72,58 €
internet + telefono fijo (fusión)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	42,23 €
comercial (publicidad xaloa)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL	964,29 €	1.481,02 €	333,14 €	1.150,74 €
U.O.	7200	10050	4500	335
COSTE U.O.	0,13 €	0,15 €	0,07 €	3,44 €

tabla 26: costes de CIF negocio arrendado

COSTE U.O.	0,11 €	0,12 €	0,05 €	3,35 €
-------------------	--------	--------	--------	--------

tabla 15: coste unitario de cada actividad

Coste de un
negocio propio

iv. Presupuesto de costes de CIF

Sin centrarnos mucho en la forma de cálculo (ya explicado en el apartado correspondiente al negocio propio), podemos ver que el principal cambio entre los dos tipos de negocios se encuentra en los costes fijos, tal y como he comentado anteriormente. En este segundo caso, nos encontramos con que la amortización es tan solo la del local arrendando por 900€. Podemos concluir que el coste unitario de cada sección es mayor que en el negocio propio, por lo que podemos suponer que será una buena idea la creación de una empresa nueva, pero para llegar a dicha conclusión primero deberemos de analizar también la cuenta de resultados.

v. Coste unitario Producto terminado

	CORTE		
	RELECCION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL
Materiales directos:			
TINTE (sobres)	0,00	10,7000 €	0,000 €
CHAMPU (ml.)	0,00	0,0250 €	0,000 €
HIDRATANTE (ml.)	20,00	0,0759 €	1,517 €
CIF VARIABLES			
LAVADO (litros agua)	0,00	0,0180 €	0,000 €
CORTADO (min.)	30,00	0,0108 €	0,324 €
TINTADO (min)	0,00	0,0362 €	0,000 €
RECEPCION (cliente)	1,00	0,1620 €	0,162 €
CIF FIJOS			
LAVADO (litros agua)	0,00	0,1339 €	0,000 €
CORTADO (min.)	30,00	0,1474 €	4,421 €
TINTADO (min)	0,00	0,0740 €	0,000 €
RECEPCION (cliente)	1,0000	3,4350 €	3,435 €
COTES UNITARIO			9,859 €

tabla 27: coste unitario de cada servicio en un negocio arrendado

VS	9,005 €
----	---------

Podemos ver que el coste unitario del corte es más elevado en un negocio arrendado que en un negocio propio (9,859€ frente a los 9,005€) y lo mismo ocurre tanto con el lavado + corte como con el lavado + corte + tinte. Véase en la siguiente tabla y compárese con los costes unitarios obtenidos en la tabla 17.

	LAVADO + CORTE			LAVADO + CORTE + TINTE		
	RELACION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL	RELACION TÉCNICA	COSTE UNITARIO	TOTAL
Materiales directos:						
TINTE (sobres)	0,00	10,7000 €	0,000 €	1,00	10,7000 €	10,700 €
CHAMPU (ml.)	25,00	0,0250 €	0,624 €	25,00	0,0250 €	0,624 €
HIDRATANTE (ml.)	20,00	0,0759 €	1,517 €	0,00	0,0759 €	0,000 €
CIF VARIABLES						
LAVADO (litros agua)	30,00	0,0180 €	0,539 €	30,00	0,0180 €	0,539 €
CORTADO (min.)	30,00	0,0108 €	0,324 €	30,00	0,0108 €	0,324 €
TINTADO (min)	0,00	0,0362 €	0,000 €	90,00	0,0362 €	3,257 €
RECEPCION (cliente)	1,00	0,1620 €	0,162 €	1,00	0,1620 €	0,162 €
CIF FIJOS						
LAVADO (litros agua)	30,00	0,1339 €	4,018 €	30,00	0,1339 €	4,018 €
CORTADO (min.)	30,00	0,1474 €	4,421 €	30,00	0,1474 €	4,421 €
TINTADO (min)	0,00	0,0740 €	0,000 €	90,00	0,0740 €	6,663 €
RECEPCION (cliente)	1,00	3,4350 €	3,435 €	1,00	3,4350 €	3,435 €
COTES UNITARIO			15,040 €			34,143 €

tabla 27: coste unitario de cada servicio en un negocio arrendado

vi. Presupuesto de costes no relacionados con la producción

No varían. Los costes comerciales hacen referencia a anuncios de la propia peluquería para darse a conocer y así captar cuota de mercado en los siguientes periodos y mejorar el resultado. En cambio, los costes de administración, son aquellos que se cargaran a la empresa como consecuencia de llevar la contabilidad, fiscalidad etc. Mediante una asesoría.

vii. Cuenta de resultados Presupuestada

	CORTE			LAVADO + CORTE			LAVADO + CORTE + TINTE			INGRESOS TOTALES
	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	
INGRESOS	13,50 €	95,00	1.282,50 €	16,00 €	190,00	3.040,00 €	45,00 €	50,00	2250	6.572,50 €
	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	COSTE UNITARIO	RELECCION TÉCNICA	COSTE TOTAL	
COSTES	-9,859 €	95,00	-936,649853	-15,040 €	190,00	-2857,63516	-34,143 €	50,00	-1707,13571	-5.501,42 €
MARGEN INDUSTRIAL	3,641 €	95,00	345,850147	0,960 €	190,00	182,3648358	10,857 €	50,00	542,8642905	1.071,08 €
COMERCIAL										-397,00 €
MARGEN COMERCIAL										674,0793 €
ADMON										-250,00 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS										424,0793 €
IMPUESTO										-127,223782
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS										296,8555 €

tabla 28: cuenta de resultados peluquería arrendada

En este caso neutral, podemos ver que tenemos un margen industrial de 1.071,08€ , es decir, que los costes de producción son menores que los propios ingresos por los servicios prestados. Estos ingresos son suficientes para hacer frente a los costes del periodo, es decir, somos autosuficientes para hacer frente a los pagos de 397€ por los gastos de comercial y para los 250€ de administración. En este caso, no existen otros tipos de gastos como pueden ser intereses por préstamos, por lo que se termina con unos beneficios antes de impuestos de 424€, por los cuales se termina pagando 127€ de impuestos y se obtiene un resultado después de impuestos de 297€. Para ver las cuentas de resultados obtenidos en la situación negativa y positiva mirar en respectivo apartado en el anexo, cuyos resultados son de 210€ de pérdidas y 553€ de beneficios.

5. COMPARACIÓN DE RESULTADOS

	negocio propio	negocio arrendado
INGRESOS	6572,50	6572,50
COSTES	-4980,93	-5501,42
MARGEN INDUSTRIAL	1591,57	1071,08
COMERCIAL	-397,00	-397,00
MARGEN COMERCIAL	1194,57	674,08
ADMON	-250,00	-250,00
INTERESES	-1035,00	0,00
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-90,43	424,08
IMPUESTO	27,13	-127,22
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	-63,30	296,86
tabla 29 : comparativa		

Tal y como se ha comentado anteriormente, esta comparativa se ha centrado en el análisis de los costes, para ver qué tipo de negocio es más eficiente sin tener en cuenta los ingresos, aunque esto no esté completamente bien, ya que un negocio puesto en marcha puede que gracias a los clientes fijos o cuota de mercado no tenga unos ingresos tan pequeños, y que gracias a ellos no tenga los mismos problemas que el negocio completamente nuevo.

Una vez comentado esto, centrémonos en el análisis de los diferentes resultados obtenidos. Vemos que los costes de producción son más elevados en el segundo de los casos, y esto se da como consecuencia de la principal diferencia, que es el coste de arrendamiento o los costes de amortización en el caso del negocio propio. De ahí que el margen industrial sea mayor en el negocio propio. A pesar de ello, tenemos que tener en cuenta otros costes como los del periodo, pero que en este caso tampoco varían de un negocio a otro, por lo que los dejamos de lado, que además son cubiertos en los dos de los casos por el margen industrial, es decir, que con los beneficios de los propios servicios es posible incurrir a estos costes sin ningún tipo de problema.

Otro punto muy a tener en cuenta en la comparación de la cuenta de resultados es la relacionada con los intereses. En un negocio propio, el volumen de dinero necesario es muy elevado, por lo que es muy probable que sea necesario incurrir en este tipo de servicio prestado por el banco. En mi caso concreto, para la creación del negocio propio se pediría un préstamo de 35.000€ tal y como se ha comentado en su apartado correspondiente, llevándonos a tener un coste añadido que se refiere al pago de la cuota del préstamo que está constituido por los intereses y la devolución de capital. Esos intereses suponen unos gastos, que debemos de reflejar en la cuenta de resultados. Esta es la principal diferencia

que hace que en el negocio propio tengamos pérdidas de 63.30€ mientras que en el negocio arrendado unos beneficios de 296,86€.

6. ANÁLISIS DE LA VENTA EN EL ESTABLECIMIENTO

Hoy en día muchas peluquerías venden estos tipos de productos en los propios establecimientos para poder obtener mayores ingresos y así hacer frente a la situación en que nos encontramos, la crisis económica. Por ello, la venta en el punto de establecimientos es un tipo de servicio que se puede ver cada vez con más frecuencia en las peluquerías y esto me puede sugerir que nos encontramos ante un tipo de servicio rentable. Por ello, veo necesario la realización de su respectivo estudio.

a. Costes añadidos

Este tipo de venta, no supone una gran inversión, ya que con un mostrador es suficiente. El coste de este, supone un incremento de 1.600€ (véase en su respectivo apartado del anexo) que se deberían de repartir en la vida útil del inmovilizado, valorándolo en unos 5 años (o 60 meses).

	LAVADO (litros agua)	CORTADO (min.)	TINTADO (min.)	RECEPCION (cliente)
COSTES FIJOS				
MOSTRADOR VENTA PRODUCTOS	0,00 €	0,00 €	0,00 €	26,67 €

tabla 30: reparto del nuevo coste del mostrador

Tal y como refleja la tabla 30, el coste añadido es de tan solo 26,67€. Este valor refleja la depreciación o amortización mensual (dividiendo el valor del inmovilizado 1.600€ por 60, que son los meses que se espera que el inmovilizado siga en funcionamiento). Dicho coste se distribuirá totalmente a recepción, ya que puedo suponer que la venta de estos productos se realizaría en el momento del pago del servicio que se le ha prestado al cliente. Este cambio, supondría que la sección de recepción le atribuiría a cada servicio final un coste algo superior, por lo que al final, el cada uno de los servicios aumentará en su coste una pequeña cuantía. El corte pasará de costar 9,005€ a 9,085€. El lavado + cortado aumentará desde los 13.61€ hasta los 13,69€ y el servicio más completo pasará a costar 30,87€ (9 céntimos más que en el caso de no vender en el establecimiento). Estos aumentos son tan poco significativos que por ello recomendaría la venta en el 100% de los casos.

b. Umbral de rentabilidad

En este apartado me centraré en analizar el umbral de rentabilidad, es decir, el número de unidades que se deberían de vender para que los costes que supone este nuevo servicio fuesen iguales a los beneficios.

COSTE (D.E.A.) MOSTRADOR VENTA PRODUCTO	26,67 €	
VENTA PRODUCTOS	11,00 €	
COSTE DEL PRODUCTO	-8,80 €	
MARGEN VENTA PRODUCTO	2,20 €	
UNIDADES A VENDER	12,12	UNIDADES

tabla 31: umbral de rentabilidad

En la tabla anterior (nº31) podemos ver que la venta de champú se realizaría por un precio de 11€, mientras que el coste de este para la empresa sería de 8.80€. De este modo, por cada producto se obtendrían unos beneficios de 2.20€.

Si tenemos en cuenta que el coste mensual añadido es de 26,67€ como consecuencia de la amortización del mostrador y que la venta de cada producto supone unos beneficios de 2,20€, para que el resultado no variase, se necesitarían unas ventas de 12,12 unidades. De este modo, los beneficios y los costes serían iguales y no habría ningún cambio en la cuenta de resultados.

	LAVADO + CORTE	LAVADO + CORTE + TINTE	TOTALES	VENTA 10%
CASO NEGATIVO	175	40	215	21,5
CASO NEUTRO	190	50	240	24
CASO POSITIVO	200	55	255	25,5

tabla 32: clientes

Mediante las encuestas realizadas en la peluquería en la que trabaja mi hermana, he concluido que un 10% estaría dispuesto a comprar los productos o champús ofrecidos en el establecimiento.

Teniendo en cuenta que en las tres naturalezas vienen cantidades diferentes de clientes, mediante esta tabla nº32 analizaremos la rentabilidad del nuevo servicio. Hay que decir que los clientes que estarán dispuestos a comprar algún tipo de champú son principalmente los que se lavan la cabeza en la peluquería, y por ello, los clientes que van solamente a cortarse no los tendré en cuenta.

En el peor de los casos, de los 215 clientes comprarían 21 personas, por lo que teniendo en cuenta que con 12 era suficiente para igualar los costes e ingresos, vemos que de este modo el resultado obtenido a final de mes será más rentable. En ese caso gracias al nuevo servicio se obtendrían unos beneficios de 47,5€. En los casos neutros y positivos, los resultados aún serían mejores gracias a las mayores ventas, obteniendo unos beneficios de 52,8€ y 56,1€ respectivamente. Por ello, puedo concluir que este tipo de servicio sería necesario tanto en un negocio propio como en uno arrendado, ya que además de mejorar el resultado del ejercicio, nos encontramos ante un producto no perecedero, por lo que no habría problemas de pérdida de productos.

(Véase en su respectivo apartado en el anexo, la cuenta de resultados).

7. CONCLUSIONES

Para concluir con el estudio, teniendo en cuenta la finalidad de ésta, el asesoramiento a mi hermana sobre la apertura de una peluquería, debo de comentar que, bajo mi opinión, la mejor de las opciones sería la apertura de una peluquería arrendada. Tal y como he analizado en su respectivo apartado, la peluquería propia, salvo en la situación más positiva, tendría pérdidas, mientras que el alquiler mejora dicha situación, obteniendo beneficios tanto en la situación neutra como en la positiva.

Además, a la hora de analizar los ingresos, no he tenido en cuenta que la peluquería arrendada tiene ya unos clientes fijos, haciendo que sea más probable acercarnos desde un principio a la situación neutra o positiva en cuanto a los clientes obtenidos durante el mes, es decir, que obtendríamos beneficios desde un inicio.

Otro punto a favor que tiene la apertura de un negocio arrendado es la inexistencia de un problema de liquidez, cosa que si ocurre en el otro tipo de negocio, aunque debo de comentar que esto no es muy grave ya que habrían varios meses para solucionarlo mediante la publicidad realizada tanto mediante soporte tecnológico como por el boca a boca de los clientes. Este punto a tener en cuenta, se da como consecuencia del préstamo que se debería de adquirir mediante un préstamo para la apertura del negocio propio, coste en el que no se incurre en el arrendamiento. Desde este punto de vista, está claro que al final del

pago del préstamo, el negocio propio será más rentable, pero esto se daría muy a largo plazo, y en el ambiente tan ambiguo me parece que habría que realizar otros estudios para poder analizar la situación en el largo plazo. .

Una vez determinado el tipo de negocio que debería de abrirse, debo de añadir que el propio negocio debería de ampliar los servicios y añadir la venta de productos, ya que el coste añadido es muy pequeño, la depreciación del mostrador, y en el peor de los casos, el empeoramiento del resultado por no obtener las ventas necesarias para cubrir el coste, sería poco significativo. Además, no encontramos ante productos no perecederos, por lo que tampoco existiría peligro de pérdida de champús.

Incluso viendo la rentabilidad que se obtiene de cada producto, veo necesario impulsar la prestación del servicio más completo, el lavado + corte + tinte. Para ello, se podría ofrecer algún tipo de descuento (que fuese menor que el margen) para segundas visitas, y así asegurarse las siguientes ventas o incluso aumentar la prestación de éstos por la adquisición de nuevos clientes.

En pocas palabras, el tipo de servicio que se debería de abrir sería una peluquería arrendada, donde se debería de promocionar el servicio más completo y que se debería de aumentar los servicios prestados, incluyendo la venta de productos de peluquería.

8. BIBLIOGRAFÍA

Para la realización de este estudio, se han utilizado las siguientes fuentes de información:

Por un lado estas páginas web:

- <http://www.todo-peluqueria.com> para la compra de todo el inmovilizado
- <http://www.mostradores.es/producto.php?producto=766&cat=mostradores-para-comercios-mostradores-para-tiendas-serie-estandar> para la compra de un mostrador y poder aumentar los servicios iniciales.
- <http://www.movistar.es> para el coste relacionado con internet y teléfono.
- http://casas.trovit.es/index.php/cod.ad/id.1O1jW1KpLD5/what_d.peluqueria%20pamplona/type.12/pos.3/origin.2/section.1/section_type.1/page.1/pop.1 para obtener información sobre peluquerías en situación de arrendamiento.
- <http://www.milanuncios.com> para buscar locales.
- <http://www.factoremprende.com/Planpg.asp?CategPlanID=7&ZoneID=23&DomainID=11&ContentID=78> para analizar desde un principio los posibles costes.
- www.dactilplus.com/files/Catalogo_A4_TPV_MP3435.pdf para la adquisición del cajero automático.

Por otro lado, para la realización de la nómina se ha tenido en cuenta el convenio colectivo correspondiente al sector de peluquería de navarra (adjuntado en el anexo).

También he utilizado el libro Horngren, H., Datar, S., Rajan, M., Contabilidad de Costos: Un enfoque gerencial. Editorial Pearson. Decimocuarta edición. Para realizar los necesarios cálculos de una forma correcta.