

Plan de negocio

Estudio Lúa

Estudio Lúa

Índice

Resumen Ejecutivo	4
Propuesta de Valor	5
Descripción del Producto	5
Problema a Resolver	5
Solución Propuesta	5
Beneficios para el Cliente	5
Diferencias Frente a la Competencia	6
Análisis de Mercado	7
Tamaño del Mercado	7
Tendencias del Mercado	7
Segmentación de Clientes	7
Principales Competidores	7
Análisis PESTEL	8
Estrategia de Mercado	9
Estrategia de Adquisición de Clientes	9
Plan de Lanzamiento	9
Presupuesto de Adquisición de Clientes	9
Plan de Ventas	9
Plan Operativo	10
Recursos Clave	11
Procesos Operativos	11
Proveedores y Socios	11
Costes Operativos	11
Plan Financiero	12
Resumen Financiero	12
Ingresos por año	12
Cuenta de pérdidas y ganancias	12
Balance de situación	13
Tesorería	13
Márgenes de rentabilidad	14
Necesidades de Financiación y Retorno a los Inversores	14
Necesidades Financieras Iniciales	14
Retorno a los Inversores	15

Análisis de Riesgos y Estrategias de Mitigación	16
Riesgo de Adopción de la Plataforma	16
Riesgo Financiero	16
Riesgo de Retención de Clientes	16
Riesgo Tecnológico	16
Riesgo de Satisfacción del Cliente	16

Resumen Ejecutivo

Estudio Lúa es una peluquería y estética de barrio en O Calvario (Vigo): un local de 70 m² con 3 tocadores, 3 lavacabezas y una cabina de estética. Abre el 1 de febrero de 2027 de la mano de Uxía Pereira, estilista y gerente (60 %), y Noa Castro, esteticista (40 %).

Ofrecemos corte, lavado y peinado, color y técnicas como el tinte, las mechas o el balayage, y estética (uñas, depilación y cejas), además de productos de cuidado para casa. Trabajamos con cita previa por internet para los vecinos que buscan un sitio de confianza cerca de casa.

La inversión inicial es de 44.400 € sin IVA en reforma, mobiliario y equipamiento. Se financia con 30.000 € de las socias y un préstamo ICO de 45.000 € a 5 años, con un año de carencia.

Prevedemos unas ventas de 99.450 € en 2027 (11 meses abiertos), 146.495 € en 2028 y 159.122 € en 2029. El primer año cierra con pérdida (-15.615 €), porque abrimos con la plantilla completa mientras ganamos clientela. Desde 2028 hay beneficio: 9.912 € en 2028 y 15.206 € en 2029. La caja no baja de 10.433 € (marzo de 2027) y cierra 2029 con 46.309 €.

Propuesta de Valor

Descripción del Producto

Estudio Lúa tiene cuatro líneas de venta:

- **Corte, lavado y peinado:** el servicio de peluquería del día a día, a 17 € sin IVA en 2027.
- **Color y técnicas:** tinte, mechas y balayage, a 49 € sin IVA en 2027. Es la línea que más factura.
- **Estética:** uñas, depilación y cejas en una cabina propia, a 20 € sin IVA en 2027.
- **Productos de cuidado para casa:** para que el cliente mantenga entre visita y visita el resultado del servicio.

Los precios suben un poco cada año: el corte pasa a 17,5 € en 2028 y a 18 € en 2029, el color a 50,5 € y 52 €, y la estética a 20,5 € y 21 €.

Problema a Resolver

Muchos vecinos de O Calvario quieren un sitio de confianza cerca de casa para cuidarse el pelo y la piel, y no siempre lo tienen a mano.

- Pedir cita por teléfono obliga a llamar en horario de trabajo y a esperar a que alguien conteste.
- La peluquería y la estética suelen estar en locales distintos, así que hay que organizar dos citas y dos desplazamientos.

Además, un buen trabajo de color pide formación técnica al día, y quien lo busca a veces acaba saliendo del barrio para encontrarlo.

Solución Propuesta

Un salón de barrio que junta peluquería y estética en el mismo local:

- Peluquería con 3 tocadores y 3 lavacabezas, atendida por Uxía y una oficial de peluquería a jornada completa.
- Una cabina de estética propia, a cargo de Noa, para uñas, depilación y cejas.
- Cita previa por internet: el cliente elige día y hora sin tener que llamar.
- Formación técnica en color y tendencias todos los años, para ofrecer tintes, mechas y balayage bien hechos.

Beneficios para el Cliente

- **Cercanía:** a pocos minutos de casa, sin tener que ir al centro.
- **Comodidad:** cita por internet a cualquier hora y sin esperas en el salón.
- **Todo en un sitio:** pelo y estética en la misma visita, si el cliente lo quiere.

- **Confianza:** las mismas profesionales cada vez, que conocen el pelo y los gustos de cada cliente.
- **Cuidado en casa:** productos para mantener el resultado hasta la siguiente cita.

Diferencias Frente a la Competencia

- **Frente a las peluquerías tradicionales del barrio:** cita por internet, estética en el mismo local y formación continua en color.
- **Frente a las cadenas y franquicias:** trato cercano y las mismas profesionales de una visita a otra.
- **Frente a los centros especializados en uñas o estética:** el cliente resuelve el pelo y la estética en un solo sitio.
- **Frente a los servicios a domicilio:** un salón equipado con lavacabezas y cabina, con la agenda organizada y precios fijos.

Análisis de Mercado

Tamaño del Mercado

Calculamos el mercado desde el barrio hacia arriba.

- **Zona de influencia:** O Calvario, con los vecinos que viven a pocos minutos del local.
- **Servicios que necesitamos:** en 2028, unos 470 servicios al mes de media: unos 225 cortes, 90 servicios de color y 150 de estética.
- **Ticket:** unos 25 € sin IVA por servicio de media, más unos 640 € al mes en venta de productos.
- **Venta resultante:** 146.495 € en 2028.

La clientela de peluquería y estética repite varias veces al año, así que esos servicios salen de una clientela fija de unos cientos de vecinos. No necesitamos ganarnos a todo el barrio: basta con que una parte pequeña nos elija como su peluquería habitual.

Tendencias del Mercado

- Cada vez más gente reserva sus servicios por internet y espera poder hacerlo a cualquier hora.
- Las técnicas de color, como las mechas o el balayage, piden formación al día, y la clientela valora a quien las trabaja bien.
- Los servicios de estética de mantenimiento, como uñas, cejas y depilación, se repiten cada pocas semanas y dan visitas frecuentes, con más demanda en verano.
- Muchas personas prefieren cuidarse en su propio barrio, en un sitio de confianza cerca de casa.

Son tendencias que juegan a favor de un salón de barrio con cita online y estética en el mismo local.

Segmentación de Clientes

Nuestra clientela es del barrio y pide cita por internet. La dividimos según lo que viene a buscar, con su peso en las ventas de 2028:

- **Color y técnicas** (37 %): clientes que se tiñen o se hacen mechas o balayage y vuelven con regularidad para mantenerlo.
- **Corte, lavado y peinado** (32 %): la clientela habitual de peluquería.
- **Estética** (26 %): uñas, depilación y cejas, con más demanda de mayo a julio.
- **Productos para casa** (5 %): clientes de los servicios que se llevan productos de cuidado.

Principales Competidores

- **Peluquerías tradicionales del barrio:** clientela fiel y precios conocidos, pero muchas siguen con la cita por teléfono y sin servicio de estética.

- **Cadenas y franquicias de peluquería:** marca conocida y horarios amplios, pero un trato menos personal y menos continuidad con la misma profesional.
- **Centros de uñas y estética:** especializados y rápidos, pero sin peluquería.
- **Profesionales a domicilio:** la comodidad de no salir de casa, pero sin lavacabezas ni el equipamiento de un salón, y con menos disponibilidad.

Nuestro hueco: peluquería y estética de confianza en el mismo local, en el barrio y con cita online.

Análisis PESTEL

- **Político:** líneas ICO para emprendedores y empresas, como el préstamo que financia parte de la apertura.
- **Económico:** subida del salario mínimo y de los costes de producto. Pagamos sueldos de 18.000 € al año, por encima del mínimo, con una subida del 3 % anual, y subimos los precios en torno a un 3 % al año.
- **Social:** preferencia por los servicios de cuidado personal cerca de casa y por pedir cita sin llamar.
- **Tecnológico:** agenda y reservas online, TPV y redes sociales como canal principal para darnos a conocer.
- **Ecológico:** uso responsable del agua en los lavacabezas y gestión correcta de los envases y restos de tintes y productos químicos.
- **Legal:** licencia y tasas municipales de apertura, normativa sanitaria e higiénica del sector, convenio de peluquerías e institutos de belleza, IVA del 21 % e impuesto de sociedades del 15 % por ser empresa de nueva creación.

Estrategia de Mercado

Estrategia de Adquisición de Clientes

- **Redes sociales:** fotos de trabajos reales de corte, color y uñas, con la agenda online enlazada para pedir cita en el momento.
- **Campaña de apertura:** en febrero de 2027, para que el barrio sepa que abrimos y venga a probar.
- **Recomendación:** en un barrio, quien sale contento lo cuenta. Cuidamos cada visita para que el cliente nos recomiende a su entorno.
- **Venta cruzada:** a quien viene a peluquería le ofrecemos la estética, y al revés, además de los productos para casa.

Plan de Lanzamiento

- **Enero de 2027:** constitución de la sociedad, préstamo ICO, reforma del local, compra del mobiliario y del equipamiento, y trámites de apertura.
- **1 de febrero de 2027:** apertura, con la campaña de lanzamiento en redes y en el barrio. Desde el primer día trabajan las dos socias y la oficial de peluquería.
- **Primer año:** arranque progresivo, del 45 % de un mes normal en febrero hasta cerca del 95 % en diciembre.
- **Abril de 2027:** recuperamos el IVA de la reforma y del equipamiento pagado en el primer trimestre.
- **Marzo de 2028:** entra una ayudante de peluquería a media jornada.

Presupuesto de Adquisición de Clientes

- **Campaña de apertura:** 1.500 € en febrero de 2027.
- **Marketing y redes sociales:** 200 € al mes desde la apertura (contenido y anuncios locales).

En total, 3.700 € en 2027 y 2.400 € al año a partir de 2028: en torno al 3,7 % de las ventas el primer año y por debajo del 2 % los siguientes.

Plan de Ventas

- **Volumen:** en 2028, unos 225 cortes, 90 servicios de color y 150 de estética al mes de media.
- **Estacionalidad:** diciembre es el mejor mes (un 25 % más que un mes normal); de mayo a julio sube la actividad, sobre todo en estética; en agosto cerramos dos semanas.
- **Crecimiento:** cerca de un 6 % más de servicios en 2029, con precios que suben en torno a un 3 % al año.
- **Productos para casa:** unos 7.670 € de venta en 2028.
- **Ventas previstas:** 99.450 € en 2027, 146.495 € en 2028 y 159.122 € en 2029, sin IVA.

Plan Operativo

- **Cita previa:** trabajamos con agenda online, que reparte las citas entre los 3 tocadores y la cabina de estética.
- **Equipo:** Uxía como gerente y estilista, Noa en estética, una oficial de peluquería a jornada completa y, desde marzo de 2028, una ayudante a media jornada.
- **Calendario:** abrimos todo el año salvo dos semanas de agosto.
- **Compras y cobros:** el producto técnico, los tintes, el material de estética y los productos para la venta se pagan a 30 días. Los clientes pagan en el momento, en efectivo o con tarjeta.

Recursos Clave

Procesos Operativos

- **Antes de abrir:** revisión de la agenda del día, preparación de los tocadores y esterilización del pequeño equipamiento.
- **Servicio:** diagnóstico del pelo o de la piel antes de empezar, el servicio y un consejo de cuidado para casa.
- **Color:** la fórmula de cada cliente queda anotada en su ficha para repetir el mismo resultado.
- **Cierre:** limpieza del salón, toallas a la lavandería, cuadre de caja y pedido de producto cuando hace falta.

Proveedores y Socios

- **Distribuidores de producto técnico:** producto de peluquería, tintes y producto de color.
- **Proveedores de estética:** cera, esmaltes y material desechable.
- **Proveedores de productos de cuidado:** los que vendemos para casa.
- **Software de citas y TPV:** agenda online y cobro.
- **Gestoría y asesoría laboral:** contabilidad, impuestos y nóminas.
- **Lavandería y limpieza, y formación técnica** en color y tendencias.
- **Banco:** préstamo ICO de 45.000 €.

Costes Operativos

- **Producto:** el 5 % de lo que facturamos en corte, el 18 % en color, el 14 % en estética y el 55 % en productos para la venta, más un 0,4 % de comisiones de tarjeta. El margen bruto queda en torno al 85 %.
- **Personal:** sueldos de 18.000 € al año (9.000 € la media jornada), con una subida del 3 % anual y un 32 % de Seguridad Social. Es nuestro mayor gasto: más de la mitad de las ventas.
- **Alquiler:** 850 € al mes por el local de 70 m².
- **Otros gastos fijos:** suministros (380 € al mes), marketing y redes (200 €), gestoría (150 €), lavandería y limpieza (150 €), software de citas y TPV (60 €), mantenimiento (60 €), formación técnica (900 € al año) y seguro (650 € al año).

En total, unos 23.750 € al año en gastos de funcionamiento, sin contar el personal.

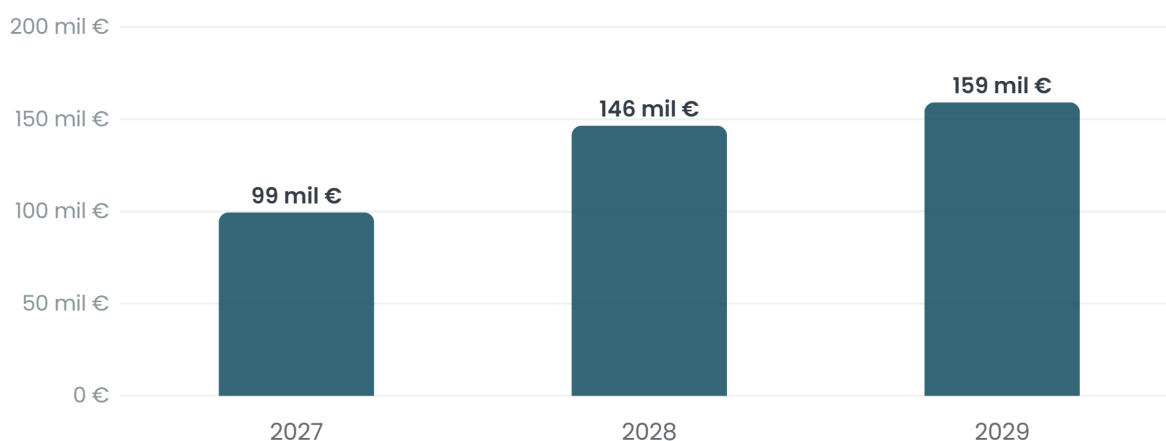
Plan Financiero

Resumen Financiero

- **Ventas:** 99.450 € en 2027, 146.495 € en 2028 y 159.122 € en 2029.
- **Margen bruto:** en torno al 85 % de las ventas los tres años, porque el coste de producto es bajo.
- **Personal:** más de la mitad de las ventas; es la partida que más pesa en el resultado.
- **Beneficio neto:** -15.615 € en 2027, año de apertura con la plantilla completa desde el primer mes; 9.912 € en 2028 y 15.206 € en 2029.
- **Caja a fin de año:** 27.726 € en 2027, 34.320 € en 2028 y 46.309 € en 2029. El punto más bajo del plan es marzo de 2027, con 10.433 €.

2028 es el primer año con beneficio, y en 2029 se recupera la pérdida de la apertura.

Ingresos por año



Cuenta de pérdidas y ganancias

Cifras en €	2027	2028	2029
Ingresos	99.450	146.495	159.122
Coste de ventas	(15.066)	(22.112)	(23.920)
Margen bruto	84.384	124.383	135.202
Gastos de explotación	(92.411)	(106.890)	(111.364)
EBITDA	(8.027)	17.492	23.837
Beneficio neto	(15.615)	9.912	15.206

Balance de situación

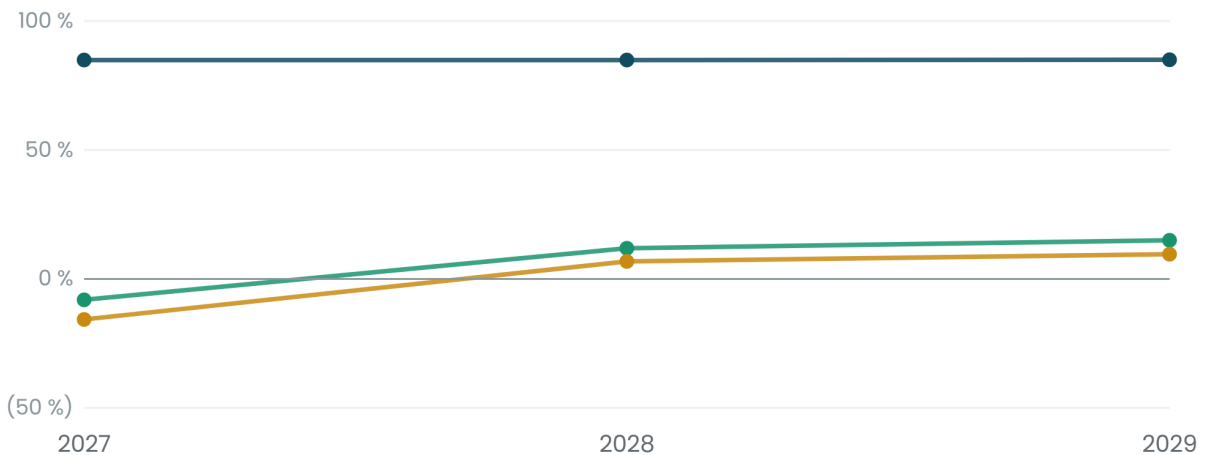
Cifras en €	2027	2028	2029
Activo			
Activo no corriente	39.288	34.175	29.063
Activo corriente	27.726	34.320	46.309
Total activo	67.013	68.495	75.372
Patrimonio neto y pasivo			
Patrimonio neto	14.385	24.297	39.503
Pasivo no corriente	45.000	35.618	24.778
Pasivo corriente	7.628	8.580	11.091
Total patrimonio neto y pasivo	67.013	68.495	75.372

Tesorería

Cifras en €	2027	2028	2029
Caja al empezar el año	0	27.726	34.320
Flujo de las operaciones	(399)	18.444	24.671
Flujo de inversión	(44.400)	0	0
Flujo de financiación	72.525	(11.850)	(12.682)
Variación de caja	27.726	6.594	11.989
Caja al terminar el año	27.726	34.320	46.309

Márgenes de rentabilidad

● Margen bruto ● EBITDA ● Beneficio neto



Necesidades de Financiación y Retorno a los Inversores

Para abrir necesitamos 44.400 € de inversión sin IVA, unos 4.300 € de gastos de puesta en marcha y un colchón para los primeros meses, mientras crece la clientela. Lo cubrimos con 75.000 €:

- **Capital de las socias:** 30.000 € (40 % de la financiación): 18.000 € de Uxía y 12.000 € de Noa.
- **Préstamo ICO:** 45.000 € a 5 años, al 6 % y con un año de carencia. Durante la carencia solo pagamos intereses, unos 225 € al mes; desde febrero de 2028, una cuota de unos 1.057 € al mes.

No hemos previsto póliza de crédito: con esta financiación, la caja del plan no baja de 10.433 €.

Necesidades Financieras Iniciales

- **Reforma del local** (fontanería de los lavacabezas, electricidad y suelo): 24.000 €
- **Mobiliario de peluquería** (tocadores, sillones y 3 lavacabezas): 11.000 €
- **Cabina de estética** (camilla y aparatos): 4.500 €
- **Pequeño equipamiento** (secadores, planchas y esterilizador): 3.500 €
- **TPV y ordenador:** 1.400 €
- **Proyecto técnico, notaría y registro:** 2.100 €
- **Tasas municipales de apertura:** 700 €
- **Campaña de apertura:** 1.500 €

En total, 48.700 € sin IVA: 44.400 € de inversión y 4.300 € de puesta en marcha. En el primer trimestre adelantamos además el IVA de la reforma y del equipamiento, que recuperamos

en abril. El resto de la financiación (26.300 €) queda como colchón para los sueldos y gastos de los primeros meses.

Retorno a los Inversores

Durante los tres años del plan no repartimos dividendos: la prioridad es devolver el préstamo y mantener un colchón de caja.

- El patrimonio de la sociedad pasa de 30.000 € a unos 39.500 € a final de 2029, una vez recuperada la pérdida del primer año.
- La deuda pendiente baja de 45.000 € a final de 2027 a 24.778 € a final de 2029, mientras la caja sube hasta 46.309 €.
- Cuando el negocio lo permita, el beneficio se podrá repartir entre las socias según su participación (60 % y 40 %).

Análisis de Riesgos y Estrategias de Mitigación

Riesgo de Adopción de la Plataforma

Riesgo: que la clientela del barrio tarde más de lo previsto en llegar. Es el punto más delicado del plan, porque abrimos con tres personas trabajando desde el primer día.

Cómo lo reducimos: el plan ya cuenta con un arranque progresivo (45 % de un mes normal en febrero de 2027), y desde la apertura tenemos campaña de lanzamiento, redes sociales y cita online. La ayudante no entra hasta marzo de 2028, y solo la contratamos si la agenda lo pide.

Riesgo Financiero

Riesgo: el peso del personal, que supera la mitad de las ventas, y la tensión de caja del primer trimestre de 2027, cuando pagamos el IVA de la reforma y del equipamiento antes de recuperarlo. Más adelante, la cuota del préstamo desde febrero de 2028, al acabar la carencia.

Cómo lo reducimos: un 40 % de fondos propios, un año de carencia en el préstamo, un colchón de caja que deja el punto más bajo en 10.433 € (marzo de 2027), precios que suben cada año para acompañar a los sueldos y seguimiento mensual de la caja con Viabbly.

Riesgo de Retención de Clientes

Riesgo: que el cliente pruebe una vez y no vuelva, o que se vaya a otra peluquería que abra cerca.

Cómo lo reducimos: trato de confianza con las mismas profesionales, la fórmula de color de cada cliente guardada en su ficha, agenda online para reservar la siguiente cita en un momento y productos para mantener el resultado en casa.

Riesgo Tecnológico

Riesgo: una caída de la agenda online o del TPV que nos deje sin ver las citas del día o sin poder cobrar con tarjeta, o una avería de secadores y planchas en plena jornada.

Cómo lo reducimos: revisamos cada mañana la agenda del día, aceptamos también el pago en efectivo, reservamos 60 € al mes para mantenimiento y reparaciones y renovamos el pequeño equipamiento según su vida útil, de unos 5 años.

Riesgo de Satisfacción del Cliente

Riesgo: un resultado de color que no guste o esperas largas en los meses de más trabajo, como diciembre o de mayo a julio.

Cómo lo reducimos: formación técnica en color cada año (900 €), diagnóstico antes de cada servicio, cita previa para repartir la agenda sin esperas, la ayudante desde marzo de 2028 y respuesta a todas las reseñas y mensajes en redes.