

Profile number

102640

Traspaso de peluquería y centro de estética

Located in

Spain

General information**Sector**

Service industry

Type of company

Other

Legal entity:

Private limited company

Type of transaction

Shares

Life phase enterprise

Starting

Employees in FTE

< 5

Type of buyer:

- MBI candidate
- Strategic acquisition
- Investor

Financial information**Turnover last financial year**

€ 0 - € 100.000

Asking price

€ 0 - € 100.000

Earnings before taxes

€ 0 - € 100.000

Company history/background

Motivación. La idea.

Mi empresa nace en marzo de 2017. Surge básicamente de la idea de satisfacer una demanda, de resolver una necesidad no cubierta de mercado. Un centro de estética integral exclusivo para hombres. Podría considerarse a la población masculina que demanda servicios de estética como parte de un nicho de mercado; yo lo veo como una oportunidad de negocio, y como un mercado en creciente expansión.

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas y con más de diez años de experiencia profesional, desarrollando mi carrera en el sector inmobiliario primero y en el financiero después, tanto en el sector privado como en el público, con un Máster en Asesoramiento de Empresas especializado en Gestión Laboral y siendo una apasionada de la estética, la moda, la belleza y el deporte, decido embarcarme en este proyecto original y novedoso que es mi empresa.

Se trata de crear un espacio exclusivo para hombres, pensado para hombres, que of

¿Y por qué sólo para hombres? Por muchas razones. Primero, porque no hay ningún negocio de estas características en su entorno, es más, me atrevería a decir que en España hay muy pocos, y los que hay están localizados exclusivamente en capitales grandes tipo Madrid y Barcelona o en otras donde hay un turismo de alto standing, tipo Málaga. Segundo, porque la mayoría de centros de estética y/o peluquerías unisex son en realidad centros con una clientela formada por un 70%-80% de mujeres, por lo que sus instalaciones, servicios y productos están dirigidos a mujeres y en el mejor de los casos tienen lo que se llama un “córner” para hombres. Tercero, porque las barberías o peluquerías sólo para hombres, tan de moda últimamente, carecen por completo de un servicio de estética. Este proyecto traspasa la idea de salón tradicional para convertirse en un verdadero club, el sitio perfecto para sentirse a gusto. Un lugar donde cortarse el pelo o teñirse las canas,

Unique selling points

El local está ubicado en el Ensanche, una de las mejores zonas de Alcalá de Henares. Zona relativamente nueva, pero totalmente asentada, con todos los servicios deseables y necesarios para vivir. La población se compone básicamente de familias con vivienda en propiedad y con un nivel adquisitivo medio-alto de entre 30 y 50 años. Además, está muy cerca de la estación de tren de cercanías y a 15 minutos del centro andando. Hay aparcamiento suficiente.

El precio del arrendamiento del local es muy ajustado, pues se consiguió tras reformarlo por completo. El local en cuestión son 140 m2 y estaba en bruto, lo que permitió diseñar el interior para adecuarlo completamente a la actividad. El diseño de interiores es actual y moderno. La obra se llevó a cabo con materiales de alta calidad.

El espacio se distribuye en una zona de peluquería de 25 m2, habilitada para tres puestos de trabajo y en una zona de estética, que consta de cuatro cabinas, tres de el

Other

Alguien que quiera formar parte de un negocio en funcionamiento.

Se puede resumir en una frase: todo son ventajas.

El beneficio de contar con una clientela. No hay que partir de cero. Por tanto, sólo se puede ir a mejor. Disponemos de nombre comercial, marca, página web, citas on-line, presencia en redes sociales.

Estoy en condiciones de ofrecer un negocio rentable y atractivo, pero también es imprescindible que el posible inversor tenga ganas de trabajar, sea proactivo, profesional y esté dispuesto a ofrecer servicios de calidad, enfocado a obtener la máxima satisfacción del cliente. Así, el éxito está asegurado.