



**“ESTUDIO DE PRE-INVERSIÓN, A NIVEL DE PERFIL, PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE SALÓN DE BELLEZA Y SPA EN AVENIDA LAS
AMÉRICAS, CIUDAD DE GUATEMALA”**

Susana Nohemi Mazariegos Arauz

Guatemala, septiembre 2009



Guatemala, 25 de agosto de 2009

Ing. MBA Eduardo Prado
Director Académico
Atlantic International University,
Presente.


Estimado señor Director:

Atentamente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que la estudiante Susana Nohemi Mazariegos Arauz, carné No. GB875BBA9955 cursante de la carrera de Bachelor of Business Administration –BBA- que imparte esta Universidad, presentó al suscrito su informe final de tesis de proyecto denominado “ESTUDIO DE PRE-INVERSION, A NIVEL DE PERFIL PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SALÓN DE BELLEZA Y SPA EN AVENIDA LAS AMERICAS, CIUDAD DE GUATEMALA”.

En mi calidad de Catedrático Asesor de la estudiante antes indicado, me permito informarle que el proyecto fue revisado, asesorado y supervisado periódicamente por el suscrito, observando la pertinencia de fondo con que se trató el tema conforme los requerimientos establecidos en el Instructivo para Elaboración y Presentación de Tesis de Proyecto Empresarial de Graduación vigente.

Por lo antes indicado y en opinión del suscrito, el proyecto de la estudiante Susana Nohemi Mazariegos Arauz puede ser aceptado para su examen pre-privado de tesis.

Atentamente,

(f) 
Ing. Elmer Salazar
Catedrático Asesor



Guatemala, 18 de septiembre de 2009

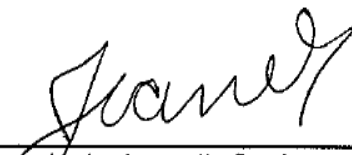
Ing. Jorge Eduardo Prado
Director Académico
Atlantic International University (sede Guatemala)
3ª. Avenida 8-37, Zona 9,
Ciudad.

Estimado señor Director:

Atentamente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que la estudiante Susana Nohemi Mazariegos Arauz, cursante de la carrera de Bachelor of Business Administration --BBA--, presentó para revisión de redacción y estilo, su proyecto empresarial de graduación titulado **“Estudio de pre-inversión, a nivel de perfil, para la creación de un centro de salón de belleza y SPA en Avenida Las Américas, Ciudad de Guatemala”**.

En mi calidad de revisora designada, me permito informarle que la estudiante antes citada, ha cumplido con incorporar los cambios anotados en su proyecto empresarial por lo que puede ser sometida para su evaluación correspondiente conforme los requerimientos establecidos por la Universidad.

Con este motivo, aprovecho la oportunidad para suscribirme de usted, deferentemente,

(f) 

Licda. Jeannette Garcia
Revisora de Redacción y Estilo



Guatemala, 25 de septiembre de 2009

Señorita
Susana Nohemi Mazariegos Arauz
Presente.

Estimado Estudiante:

Tengo el agrado de informarle que, con base en el Acta de su examen privado de tesis de proyecto empresarial en la cual se establece que el Tribunal Examinador aprobó su investigación, esta Dirección Académica **AUTORIZA** para que proceda a imprimir en forma final, su proyecto de graduación denominado “ESTUDIO DE PRE-INVERSION, A NIVEL DE PERFIL PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SALÓN DE BELLEZA Y SPA EN AVENIDA LAS AMERICAS, CIUDAD DE GUATEMALA”.

Por lo anterior, le agradeceré entregar al Departamento de Coordinación de Proyectos de Graduación, 5 ejemplares de su proyecto antes de la fecha fijada para su acto de graduación e investidura profesional.

Con este motivo, aprovecho la oportunidad para felicitarlo y desearle muchos éxitos en su vida profesional.

Atentamente,

(F) _____

Ing. MBA Jorge Eduardo Prado
Director Académico



**ESTUDIO DE PRE-INVERSIÓN, A NIVEL DE PERFIL PARA LA
CREACIÓN DE UN CENTRO DE SALÓN DE BELLEZA Y SPA EN
AVENIDA LAS AMÉRICAS, CIUDAD DE GUATEMALA**

**Presented to the Academic Department of the School of Business and
Economics in partial fulfillment of the requirements for the degree of**

BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION

**Ing. Elmer Salazar
Catedrático-Asesor**



Susana Nohemi Mazariegos Arauz
Autora

Guatemala, 1 de octubre de 2009

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS DE PROYECTO**

Presidente: LIC. DAVID CARRERA

Secretario: LICDA. ESTHER AMBROSIO

Guatemala, 25 de septiembre de 2009

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:	Por la oportunidad de vida
A MI FAMILIA:	Por el apoyo incondicional
A MI HIJA:	Por su amor y ternura
A MI ESPOSO:	Por su apoyo incondicional
A LA UNIVERSIDAD:	Por sus sabios conocimientos
A MIS AMIGOS:	Por sus valores

ÍNDICE

ABSTRACT	1
CAPÍTULO I. INFORMACIÓN DEL PROYECTO	
Introducción	2
1.1. Antecedentes	4
1.2. Árbol de problemas	6
1.3. Objetivos	8
1.4. Justificación del proyecto	9
1.5. Descripción del proyecto	10
CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Definición del servicio	11
2.2. Descripción del servicio	11
2.3. Situación actual de demanda	14
2.4. Situación futura de demanda	14
2.5. Análisis de los factores que condicionan la demanda futura	15
2.6. Estimación de la demanda que atenderá el proyecto	16
2.7. Encuesta y antecedentes	17
2.8. Cálculo de la muestra	18
2.9. Resultados obtenidos	19
2.10. Oferta situación actual	24
2.11. Análisis del régimen del mercado	26
2.12. Situación futura de la oferta	26
2.13. Situación actual de los precios	27

2.14. Estimación de la evaluación futura de los precio	28
2.15. Márgenes de comercialización	28
2.16. Canales de comercialización	29
2.17. Formas de comercialización	30
2.18. Capacidad de competencia del proyecto	30

CAPÍTULO II. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Ubicación y capacidad del proyecto	32
3.2. Localización del proyecto	33
3.3. Distancia y costos de transporte	37
3.4. Descripción del proceso de producción	37
3.5. Flujo grama del proceso total	41
3.6. Descripción de las instalaciones	42
3.7. Inventario y especificación de las obras	48
3.8. Costos unitarios de los elementos de la obra	49
3.9. Costos totales de las obras	49
3.10. Negociación del proyecto para definir el financiamiento	49

CAPÍTULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.1 Estructura administrativa de la empresa	50
4.2. Descripción y perfil de puestos	52
4.3. Marco legal y tributario	56

CAPÍTULO V. ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

Identificación de desechos y residuos y medidas de mitigación	58
---	----

CAPÍTULO VI. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Inversión inicial	60
6.2. Análisis de ingresos y egresos	61
6.3. Recursos financieros de inversión	65

6.4. Clasificación de costos fijos y variables	65
6.5. Flujo de caja o efectivo proyectado	66
6.6. Evaluación financiera	68
6.7. Punto de equilibrio	71
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	75
ANEXOS	76
GLOSARIO	84

LISTA DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS EJECUTADOS EN EL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Al entregar su informe final del trabajo de investigación, debe acompañar esta hoja debidamente llenada y firmada.

Si hay más de 2 elementos que no puede verificar haberlos cumplido dentro de su proyecto, entonces haga las correcciones necesarias para poder entregar dicho informe.

La no presentación de esta lista automáticamente anula la recepción del informe final del proyecto de graduación.

Yo tengo una página de portada exterior e interior en el proyecto.

Yo incluí un índice que indica los contenidos con el número de página correspondiente.

Yo incluí un resumen ejecutivo del documento exclusivamente para el proyecto.

Yo seguí las recomendaciones del instructivo para la elaboración y presentación de proyecto.

Yo usé referencias bibliográficas y las cité conforme el instructivo.

Yo incluí en la bibliografía, cada referencia que mencioné en el texto.

Yo utilicé al final tablas y figuras y otro tipo de documentos de soporte.



Yo utilicé estadísticas para respaldar mi investigación.

Yo tengo de 25 a 30 páginas de texto en promedio.

Yo redacté mi proyecto con una secuencia y orden lógico de presentación.

Yo no utilicé otras formas diferentes de presentación a la aprobada por AIU.

Yo utilicé un lenguaje sencillo, claro y accesible para todos.

Yo utilicé un revisor de redacción y estilo para la presentación de mi proyecto.

Yo no violé ninguna ley de propiedad intelectual o de derechos de autor al copiar materiales que pertenecen a otra persona.

Yo afirmo por este medio que el proyecto es totalmente mi propia investigación.

Nombre del estudiante: Susana Nohemi Mazariegos Arauz

Firma del estudiante.

Fecha: Guatemala 10 de septiembre de 2009

ABSTRACT

Este proyecto determina si el proyecto es viable y rentable para un período de cinco años, el cual consiste en la creación de una sala de belleza y SPA, ubicada en la Avenida Las Américas, Ciudad de Guatemala.

Estudio de Mercado: se determina que la demanda y oferta es muy significativa para el sector, ya que al llevarse a cabo el proyecto, se estaría cubriendo una demanda durante el primer año del 10% sobre las zonas del sector. Así también se logra identificar las principales necesidades de los clientes.



Estudio Técnico: se conoce la capacidad que tendrá el centro para atender a 13,440 mujeres el primer año. Por su ubicación, el proyecto pretende quedarse con operaciones en tiempo indefinido, debido a que la base de la demanda es únicamente con clientes mujeres, y no han sido tomados en cuenta los posibles clientes hombres y niños, quienes se desea logren formar parte de la demanda a largo plazo, que será considerado como un valor agregado a este proyecto de pre-inversión.

Estudio Administrativo: la autoridad que se regirá dentro del centro, será de un orden jerárquico con capacidades de asistir al cliente interno y cliente externo en todo momento. Brindar beneficios a todas las personas que estén en contacto con el Salón de Belleza y SPA, será uno de los principales objetivos.

Estudio de Impacto Ambiental: por la naturaleza del proyecto, es inevitable el contacto que tendrá con el medio ambiente los productos que se utilizarán, tales como: peróxido, spray, espumas y decolorantes.

Estudio Financiero: se concluye que el proyecto es viable, por los siguientes datos reflejados: TIR del 26.85% y un TIR 45% con un retorno a la inversión de 60 meses. Así también se detalla las inversiones que demandará el proyecto, desde sus obras físicas; terrenos, construcciones, capital de trabajo hasta pérdidas operativas.

CAPÍTULO I.

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN

“Estudio de pre-inversión, a nivel perfil para la creación de un centro de salón



de belleza y SPA en Avenida Las Américas, Ciudad de Guatemala”, es el tema de este proyecto que tiene como objetivo general determinar si el proyecto es viable y rentable para un período de cinco años. Dentro del estudio de mercado se determina la demanda y oferta que el proyecto tendrá por medio de las investigaciones y encuestas realizadas a la muestra, que representa toda población del sector. De esta manera se logra conocer la participación que el proyecto tendrá.

En el estudio técnico se conoce la capacidad que tendrá el proyecto. Tanto en ubicación como en instalaciones, se obtuvo información fidedigna sobre los costos de la compra del local y de construcción, la cual es de mucha ayuda para llevar a cabo los demás estudios de este proyecto.

Del estudio administrativo se realiza el organigrama que ejecutará todas las operaciones de este proyecto, para que cumpla con su objetivo general, así también identifica el marco legal de este proyecto. Por la naturaleza del proyecto, en el estudio de impacto ambiental, se presentan los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que genera el proyecto, mediante la identificación de impactos ambientales y medidas respectivas de mitigación.

El análisis que presenta el estudio financiero evalúa la rentabilidad y viabilidad del proyecto. Detallando las inversiones, gastos fijos y variables, determina las utilidades generadas.

Básicamente se desea conocer la demanda que tendría un centro de esta especialidad, que esté dispuesto a ofrecer no solo la diversidad de servicios



modernos en tratamientos para el cuerpo, cabello, piel, etc., sino también ofreciendo un valor agregado, el cual sería un servicio de asesoría profesional para aquellos clientes que deseen tomar en cuenta, antes de solicitar su tratamiento, y del que no se duda que será de mucho beneficio y satisfacción.

La atención que se ofrecerá deberá ser personalizada, con valor y dispuesta a tratar con todo tipo de clientes. De esta manera se lograría trabajar de una manera eficaz, conveniente y muy diferente a lo que actualmente se ofrece en Guatemala.



1.1 Antecedentes

Desde el siglo XIV surgió la idea de establecer pequeños centros de atención a la apariencia de las personas, empezando con la cabellera. A medida que ha transcurrido el tiempo ha venido evolucionando la moda en cortes, peinados, tintes / permanentes; variedad en colores, con la finalidad de estar actualizado con la moda y mejorar la apariencia. Así también con la necesidad de lograr relucir la belleza externa de las personas. En los últimos años se ha dado más atención, no solo a los cuidados de las uñas, piel, cabello, y maquillaje sino también al cuidado corporal de las personas.

Desde los años XXI se innovó alrededor del mundo el nuevo sistema SPA, palabra usada por todo el mundo. Tal ha sido su éxito comercial, que los servicios que ofrecen diversas versiones urbanas de los mismos, buscan sintetizar los ofrecidos originalmente en unas Villas de Bélgica llamados "SPAU", a las que la gente iba a curarse de ciertos males. Rápidamente en concepto se propagó por Europa y en algún momento, el nombre perdió su última letra para ser conocido como SPA, término al que actualmente se atribuye el término "*Salute Per Aqua*", que significa "Salud a través del agua".

Es por ello que con este proyecto se desea aprovechar al máximo todos los atributos de esta ciencia, que es la belleza exterior. Optimizando al máximo la diversidad de productos nuevos al mercado, utilizarlos adecuadamente y resaltar la importancia de las exigencias de la moda y de nuestros clientes, que si bien son nuestros indicadores de la demanda.

Actualmente, se encuentran en el área de ubicación dos centros, similares en sus servicios. Uno de ellos es Beauty Stetic y el conocido Less, los cuales se encuentran en uno de los ramos de la estética, porque se dedican

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



especialmente a tratamientos para bajar de peso, reducción de medidas, masajes reductores, etc.

Debido a la ubicación del centro de este proyecto, se encuentran zonas cercanas de la zona 13 y zona 14 entre las cuales se encuentran en cada zona de 6 a 7 centros de belleza y spa ubicados alrededor. Los centros en su mayoría cuentan con parqueo propio, con horarios fijos y no flexibles. De éstos también abren algunos el día domingo con horario corto. En lo que se refiere a precios, todos se encuentran en el mismo rango de tarifas por cada tipo de servicio, tomando en cuenta algunas excepciones.

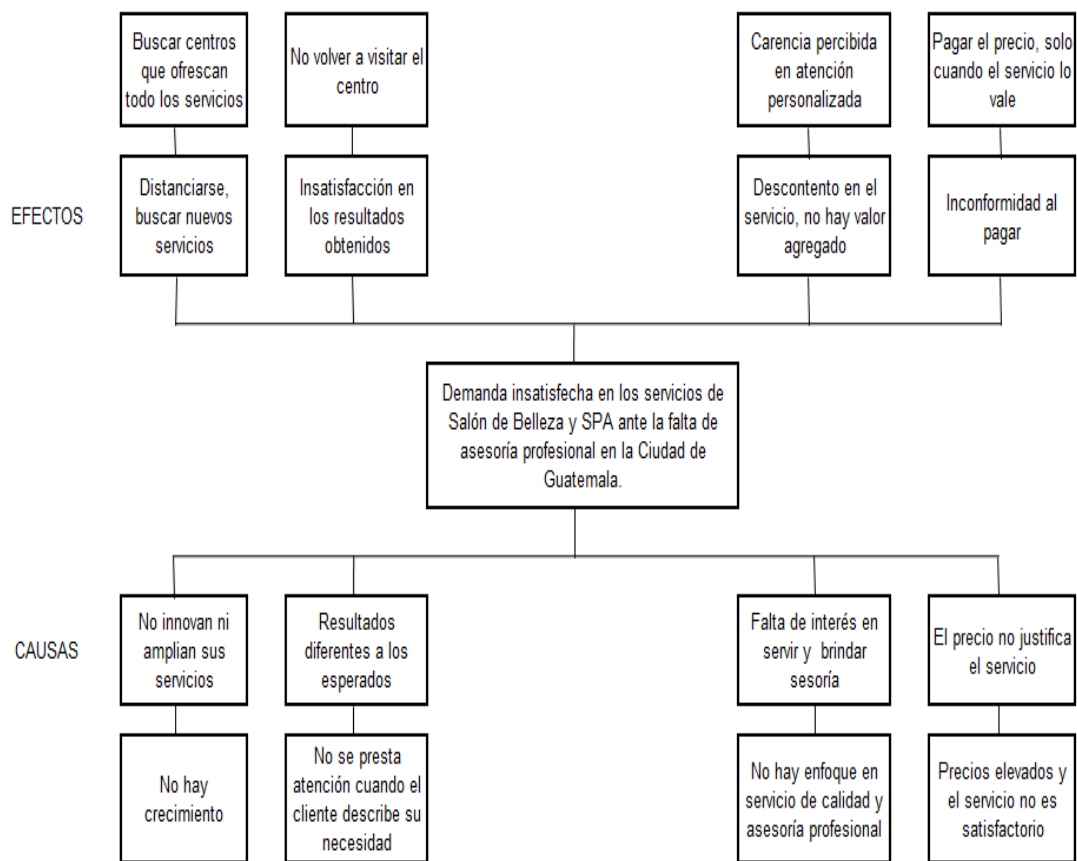
La experiencia del autor de este proyecto es básica en los servicios que ofrecen los salones de belleza y barberías, debido a que se ha heredado como oficio dentro de su núcleo familiar.

1.2. Problema

Demanda insatisfecha en el servicio y asesoría para la realización de tratamientos que indiquen los mejores beneficios para el cliente. La búsqueda de opciones de cuidado especial para cada persona puede ser desalentadora: la oferta es innumerable, mas el pensamiento común es el siguiente: “que me haré hoy”, “me haré ese mismo corte que vi en la T.V.” son más que ideas que las personas anteponen en su mente y deseo, sin saber si la idea que tienen será el corte que mejor le quede, el color que más le conviene, etc.

Figura 1.

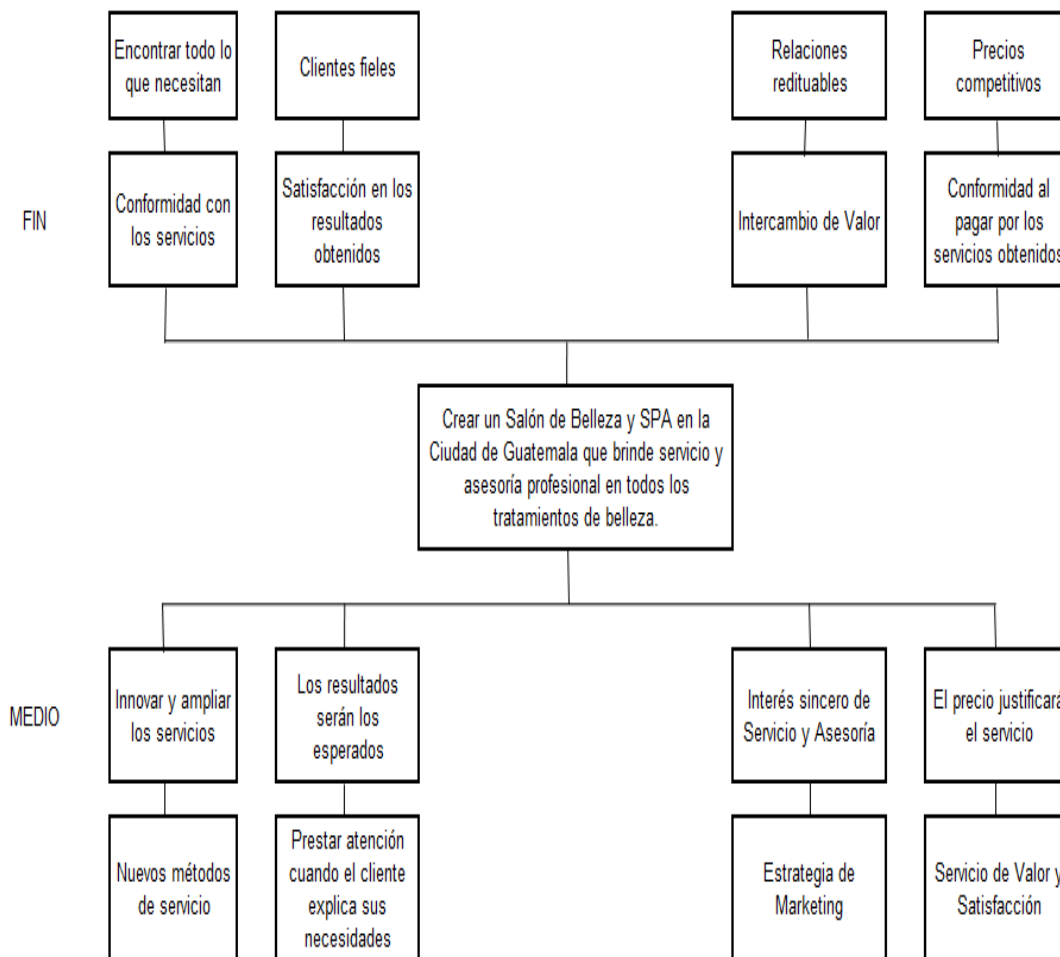
Árbol de problemas del proyecto



Son impactantes los efectos negativos que causa una demanda insatisfecha en el servicio.

Figura 2.

Árbol de objetivos



La prosperidad de la empresa será muy significativa no solo al ofrecer el servicio de asesoría gratuito a todos sus clientes, sino también brindarles un servicio de valor, el cual permitirá que ellos lo perciban y manifiesten satisfacción.



1.3. Objetivos

General: Determinar que el proyecto sea viable y rentable para un período de cinco años.

Contemplando la realización del proyecto, como objetivo se pretende conocer al mismo tiempo las necesidades del cliente, con la asesoría personalizada en práctica se determinaría los servicios recomendados para cada cliente. A la vez se justificarán el diseño de las áreas específicas para cada tratamiento.

Específicos:

Determinar la demanda insatisfecha presente en el mercado del servicio, a fin de definir la estrategia de participación en dicho mercado, según la oferta, el precio y los canales de comercialización del mismo.

Establecer el tamaño, la localización y la capacidad técnica del proyecto para satisfacer la demanda del servicio, incluyendo la descripción y organización del proceso operación del proyecto.

Identificar la estructura y el marco legal del proyecto, su estructura administrativa y la descripción y perfil de los puestos de trabajo que serán utilizados para la operación del proyecto.

Proponer los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que generará el proyecto, identificando sus impactos y las medidas de mitigación dentro del plan ambiental del proyecto.



Evaluar la conveniencia de continuar o no profundizando los estudios técnicos del proyecto, para confirmar si es o no, técnicamente viable y financieramente rentable.

1.4. Justificación del proyecto

Con proyecto

El motivo de llevar a cabo este proyecto es personal, ya que la idea de proponer un negocio de este tipo ha venido surgiendo desde hace más de 10 años. Es por eso que se tomó en cuenta esta oportunidad para poder realizar el estudio.

Me parece que con la realización de este proyecto se logrará satisfacer muchas necesidades de las personas. Al llevar a cabo este proyecto se mostrará que existe gran cantidad de tratamientos de belleza naturales y no naturales que se adaptan a todo tipo de piel o cabello de cada persona. A la vez, se ofrece una múltiple gama de tratamientos de belleza; faciales y de cabello así como corporales, tanto para mujeres como para hombres.

Independientemente de los diferentes servicios técnicos que se puedan ofrecer, ningún otro centro tendrá el llamativo por atención personalizada y más aún una asesoría profesional gratuita.

Sin proyecto



Las personas seguirán en la rutina de su visita a un centro de belleza. Seguirán en busca de conseguir el tratamiento indicado, el color adecuado o simplemente la imagen perfecta. Especialmente las mujeres estarán siempre alertas a las últimas novedades de la moda mediante las revistas, televisión., etc.

Jamás terminaría el afán de conseguir un look perfecto. Y las empresas que se dedicarán a este campo estarán siempre en su zona de confort, mientras que siga siendo rentable su negocio.

1.5. Descripción del proyecto

Esta empresa se dedicará a brindar el mejor servicio de salón de belleza y SPA, ofreciendo una atención personalizada, de buena calidad y con un staff altamente calificado. Los productos a utilizarse serán de las mejores marcas profesionales del mercado; y sobre todo que se espera sea altamente rentable.

Se desea realizar un centro de tratamientos de belleza y de relajación SPA, en un lugar accesible para todos los que viven en la ciudad. Con instalaciones modernas, amplio parqueo propio y seguro, un área de jardín para los niños, atendidos por estilistas y asesores profesionales. Sobre todo con un ambiente muy agradable. Este centro tendrá como principal objetivo, brindar una especial atención a sus clientes por medio de asesorías personalizadas. El proyecto se enfocará especialmente a aquellas personas que están dispuestas a cambiar su imagen y a disfrutar un tratamiento saludable para su cuerpo, cabello, piel, uñas, etc.

El centro estará conformado de áreas específicas dedicadas a cada tratamiento, respaldado por un asesor especializado en proveer



recomendaciones, consejos y mejores alternativas para los clientes. Este centro será Salón de Belleza y SPA. Donde se atenderá no solo a damas, sino también a caballeros y niños.

La comunicación será esencial para el buen funcionamiento de la empresa, tanto interno como externo. Se dominará un servicio verbal bilingüe inglés-español, con campo para un tercer idioma que será el alemán. Las formas de pago podrán ser por cheque, P.O.S.; tarjeta de crédito y débito.

La experiencia que la autora de este proyecto tiene en el tema de Salón de Belleza y SPA es básica, en la variedad de servicios que se ofrecen. Sin embargo, existe también mucho interés en el campo de la administración de un centro como éste. Se cuenta con experiencia propia de ser cliente de centros de belleza.

CAPÍTULO II.

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Definición del servicio

Ofrecer servicio de tratamientos de belleza y SPA que incluya Asesoría Profesional constante a los clientes durante su visita, recomendando los tratamientos que sean de más beneficio para ellos. Este servicio tendrá una retroalimentación en cada visita que el cliente tenga y no tendrá ningún costo adicional. Es importante indicar que este servicio de Asesoría Profesional es un valor agregado que el Salón de Belleza otorgará a todos sus clientes.

2.2. Descripción del servicio



Desde que el cliente ingresa al Centro de Salón de Belleza & SPA, será atendido por uno de los dos Asesores Profesionales, quien le preguntará al cliente sobre el servicio-tratamiento que desea realizarse. Inmediatamente después que el cliente haya expresado su propósito del servicio, el Asesor habrá evaluado las características del cliente tales como; color de piel, color de cabello, forma de su rostro, color de ojos, etc. Ante ésta evaluación el asesor le indicará al cliente el tratamiento; corte, color, maquillaje, etc., que más le beneficie. De esta manera al cliente se le dará asesoría en toda la duración de su visita. El Asesor también ofrecerá como parte del servicio los siguientes paquetes de Servicios-Tratamientos:

- Paquete de cosmetología facial
 1. Limpieza.
 2. Exfoliación.
 3. Masaje.
 4. Maquillaje.

- Paquete de tratamientos de cabello
 1. Corte de cabello y ampolla.
 2. Tinte.
 3. Mechas.
 4. Alisado permanente.
 5. Lavado y planchado.
 6. Shampoo y cepillado.
 7. Peinado.



- Paquete de SPA
 1. Masaje relajante.
 2. Masaje reductor.
 3. Reflexología.
 4. Acupuntura.
 5. Hidroterapia.
 6. Aromaterapia.
 7. Sauna

- Paquete de servicios
 1. Manicure
 2. Pedicure
 3. Depilación.

El centro también tendrá atención a hombres y niños.

Se estima que en el sector de la zona 14, zona 13, zona 10 y zona 9 hay 32,036 mujeres habitantes. El 17.48% de la población de estas zonas, son usuarias de los servicios de belleza. Significa que existen 5,600 mujeres que asisten por lo menos una vez por mes al Salón de Belleza.

Cuadro 1.
Censo de población y habitación 2002



DEPARTAMENTO, MUNICIPIO Y LUGAR POBLADO	CATEGORIA	POBLACION TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Total País		11,237,196	5,496,839	5,740,357
Guatemala		2,541,581	1,221,379	1,320,202
GUATEMALA		942,348	444,429	497,919
ZONA 1	CIUDAD	67,489	31,777	35,712
ZONA 2	CIUDAD	22,175	10,054	12,121
ZONA 3	CIUDAD	25,601	12,012	13,489
ZONA 4	CIUDAD	1,821	924	897
ZONA 5	CIUDAD	65,578	30,547	35,031
ZONA 6	CIUDAD	76,580	36,368	40,214
ZONA 7	CIUDAD	139,269	65,113	74,156
ZONA 8	CIUDAD	12,439	5,997	6,442
✓ ZONA 9	CIUDAD	1,750	758	992
✓ ZONA 10	CIUDAD	12,090	5,533	6,557
ZONA 11	CIUDAD	39,669	17,937	21,732
ZONA 12	CIUDAD	43,398	20,325	23,073
✓ ZONA 13	CIUDAD	26,734	12,503	14,231
✓ ZONA 14	CIUDAD	18,322	8,066	10,256
ZONA 15	CIUDAD	14,549	6,114	8,435
ZONA 16	CIUDAD	19,499	9,389	10,110
ZONA 17	CIUDAD	22,296	10,569	11,727
ZONA 18	CIUDAD	198,850	95,893	102,957
ZONA 19	CIUDAD	24,644	11,737	12,907
ZONA 22	CIUDAD	75,265	35,876	39,389
ZONA 24	CIUDAD	14,810	7,267	7,543
ZONA 25	CIUDAD	19,620	9,672	9,948

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE. Con base en el XI Censo de Población y VI de Habitación 2002

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE.

Por consiguiente se muestra el siguiente resumen de población:

Población	MUJERES
zona 9	992
zona 10	6,557
zona 13	14,231
zona 14	10,256
	32036

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadística

Por lo que es una ventaja, debido a la ubicación del proyecto se contempla la demanda de estos servicios.

Comportamiento de la demanda

2.3. Situación actual; estimación de la demanda actual



Por medio de una pequeña encuesta telefónica a salones de belleza que están en el sector de este proyecto, se determinó que actualmente les visitan de 40 a 75 personas diariamente. Las personas tratan de encontrar varios servicios a la vez, cuando visitan el salón de belleza y SPA. Hoy en día muchos de estos centros cuentan con áreas para atender hombres y niños, en algunos casos. Las preguntas planteadas fueron: ¿Cuántas personas le visitan diariamente? ¿Me indica que incrementa la afluencia de visitas los viernes y sábados, pero el total de visitas es el total multiplicado número de visitas diarios por 7 días? ¿En qué meses tiene más visitas?

Al tomar el rango mayor de la demanda que se encuestó, se encuentra el Salón de Belleza y SPA Rebecana zona 10, el cual visitan en una semana normal aproximadamente 525 personas; diariamente son 75 personas. El 90% de las visitas son mujeres. El 10% lo componen visitas de hombres y niños. Según la estacionalidad, la demanda aumenta a 700 visitas semanales aproximadamente. Lo que significa 100 visitas diarias.

Así también, el rango de menor demanda que se encuestó fue el Salón de Belleza y SPA Divas SPA zona 14, el cual visitan a la semana 280 personas; diariamente son 40 personas. El 99% de las visitas son mujeres. El 1% lo componen visitas de hombres.

2.4. Situación futura – proyección de la demanda –

En base a la tendencia del crecimiento o decrecimiento que ha demostrado la demanda de este servicio en los últimos años, a continuación se hace una inferencia simple de lo que será en los próximos años. Según el Instituto

Nacional de Estadística, se presenta en la siguiente tabla el índice porcentual de crecimiento en la población de la Ciudad de Guatemala.

Cuadro 2.

Tasa de Crecimiento Poblacional en la Ciudad de Guatemala

Grupos quinquenales de edad	Población total									
	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050
Total	12.700.611	14.361.666	16.176.133	18.055.025	19.962.201	21.804.279	23.546.402	25.164.137	26.632.081	27.928.779
0- 4	2.036.448	2.165.745	2.262.514	2.316.795	2.336.459	2.318.867	2.269.179	2.196.048	2.110.086	2.017.767
5- 9	1.823.764	2.004.670	2.142.308	2.243.663	2.302.912	2.323.779	2.307.465	2.259.135	2.187.283	2.102.498
10-14	1.624.227	1.798.262	1.988.541	2.130.908	2.237.241	2.296.906	2.318.242	2.302.498	2.254.724	2.183.407
15-19	1.379.668	1.590.147	1.776.352	1.972.600	2.121.313	2.228.063	2.288.336	2.310.429	2.295.500	2.248.505
20-24	1.180.337	1.322.125	1.553.450	1.749.662	1.956.141	2.105.175	2.212.643	2.274.061	2.297.421	2.283.808
25-29	952.749	1.128.960	1.286.639	1.524.790	1.728.927	1.934.921	2.084.338	2.192.864	2.255.684	2.280.582
30-34	753.187	913.192	1.099.039	1.261.035	1.502.685	1.705.919	1.911.314	2.061.268	2.170.819	2.235.034
35-39	600.195	725.691	889.673	1.076.426	1.240.370	1.479.914	1.682.099	1.886.937	2.037.208	2.147.586
40-44	492.778	580.303	707.191	870.464	1.056.546	1.219.067	1.456.279	1.657.367	1.861.322	2.011.611
45-49	409.715	475.449	563.431	689.548	851.434	1.034.907	1.195.681	1.430.269	1.629.791	1.832.371
50-54	367.087	393.702	459.432	546.555	671.179	830.105	1.010.396	1.169.061	1.400.238	1.597.475
55-59	310.935	350.124	377.242	442.036	527.764	649.476	804.611	980.919	1.136.593	1.363.091
60-64	233.661	292.331	330.803	357.891	421.154	504.222	621.985	772.151	942.951	1.094.274
65-69	193.007	214.491	269.838	306.756	333.515	393.959	473.252	585.645	728.800	891.751
70-74	156.279	170.028	190.050	240.655	275.330	300.998	357.361	431.415	536.097	669.201
75-79	107.438	128.990	141.254	159.170	203.389	234.531	258.331	309.051	375.592	469.347
80+	79.135	107.456	138.376	166.071	195.842	243.470	294.890	345.019	411.972	500.471

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadística.

Esta información es favorable para el proyecto porque así también incrementaría la demanda para el negocio a mediano plazo.

2.5. Análisis de los factores que condicionan la demanda futura

Los factores que pueden condicionar la demanda futura son: el empleo, los ingresos individuales y familiares, el alza de los precios, inflación, y la más importante, situación económica en el país.



Así también la variación de nuevos servicios sustitutos, los cuales pueden ser denominado: A domicilio. Colocándose como una competencia directa.

2.6. Estimación de la demanda que atenderá el proyecto

La característica principal que al cliente le podrá interesar será sobre el servicio y la asesoría profesional y eficaz que pueda obtener dentro del centro. Tomando en cuenta el rango mínimo de demanda que actualmente atienden los centros encuestados, se estima la demanda que podrá captar el servicio de este proyecto para su ejecución.

El total de mujeres habitantes en las zonas 14, 13, 10 y 9 son 32,036. Se estima que el proyecto iniciará atendiendo el mínimo de demanda, el cual es el 20% de 5,600 mujeres de las que asisten por lo menos una vez al mes al Salón de Belleza. El 20% de 5,600 mujeres significa cubrir una demanda de 1,120 mujeres al mes durante el primer año.

En base a la tasa de crecimiento que informa el Instituto Nacional de Estadística INE, que Guatemala tiene es del 2.1% anual. Por lo que se estima para este proyecto una demanda de crecimiento a 5 años de: 2.5% el primer año, 1% el segundo año, 1.5% el tercer año y el 2% el cuarto año. Graficando esta información, se encuentra la siguiente tabla.

Cuadro 3.

Estimación de porcentaje en la demanda para el proyecto

Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
20%	22.5%	23.5%	25%	27%

Fuente: Elaboración propia, abril 2009.

El incremento de demanda se basa a la tasa de crecimiento anual.

De igual manera se detalla a continuación, la estimación de demanda que este proyecto tendrá en un período de cinco años.

Cuadro 4.
Estimación de la demanda en visitas en cinco años

Tiempos	1er. Año	2do. Año	3er. Año	4to. Año	5to. Año	No. de servicios por cada visita
Día	40	50	54	60	68	1
Semana	280	350	378	420	476	1
Mes	1,120	1,400	1,512	1,680	1,904	1
Año	13,440	16,800	18,144	20,160	22,848	1

Fuente: Elaboración propia, abril 2009.

La estimación se realizó en base al número mínimo de personas que se atiende actualmente en centros de belleza y SPA, según encuesta telefónica a cada uno de ellos. El cual corresponde a 40 visitas diarias, realizándose un servicio de belleza por cada visita. En la tabla se detalla el cálculo de clientes que se atenderá cada día, semana, mes y año. Totalizando una demanda para el primer año de 13,440 visitas, con un cálculo de un solo servicio por cada visita.

Resultados de encuesta realizada

2.7. Antecedentes

Los datos obtenidos fueron de personas que trabajan y viven en las zonas 14, 13, 10 y 9. A pesar que las personas de género femenino, están dispuestas a conocer un nuevo centro de servicios de belleza, aceptan que es muy importante conocer el lugar antes de realizarse cualquier tipo de tratamiento. Por lo que puede representar, para algunos, un desafío o una gran oportunidad.

Las encuestas fueron realizadas de día lunes a domingo a mujeres de 19 a 60 años de niveles socio económicos ABC que en el sector habitan, trabajan en oficinas y transitan esas zonas caminando y conduciendo vehículo. Estas encuestas fueron realizadas en cinco viviendas entre zona 13 y zona 14, 10 fueron realizadas a mujeres que trabajan en oficinas. Así también se realizaron las encuestas a las personas que caminaban en ese sector y personas que estaban en autobanco y auto servicio de los restaurantes. Todas estas encuestas fueron realizadas en los alrededores del punto del proyecto, entre zonas 14, 13, 10 y 9 de la Ciudad Capital.

2.8. Cálculo de la muestra

Formula finita $N=32,036$ (universo)

$$n = \frac{G^2 p q}{e^2}$$

n = Es el número de encuestas efectuadas.



$G_2 =$ Nivel de confianza de la encuesta 95%. $95/2 = 47.50 = 1.9 + 0.060 =$
 $(1.96)^2 = 3.8416.$

$p =$ Probabilidad de que ocurra un evento (debido a que no hay datos,
se coloca 0.50)

$q =$ Probabilidad de que no ocurra un evento (debido a que no hay datos,
se coloca 0.50)

$e_2 =$ Es el error 5% (del resultado obtenido puede estar en -5 ó +5 de error
esperado y el costo de la encuesta no es elevado) $= 5/100 =$
 $(0.05)^2 = 0.0025.$

Operación

$n = 3.8416 * 32,036 * 0.50 * 0.50$ R/30,767

$0.0025 (32,036) + 3.8416 * 0.50 * 0.50$ R/0.9604

$80.08 + 0.9604$ R/81.04

$30,767 / 81.04$ R/380 (380 personas para encuestar)

$\sqrt{380} = 19$ R// 19 encuestas (para este proyecto se encuestaron 19 personas)

La muestra representativa aplicada fue la raíz cuadrada de 380 personas,
dando así un total de 19 encuestas debido a que es un estudio a nivel de perfil.

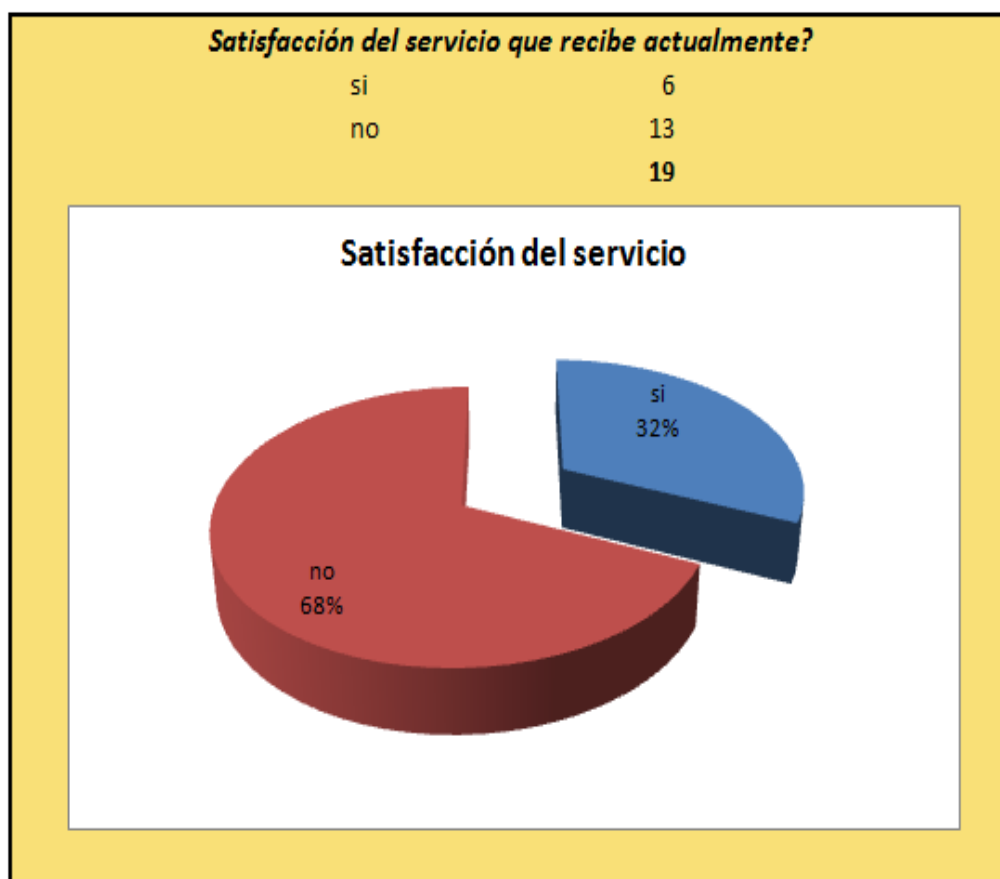
2.9. Resultados obtenidos

El universo de 32,036 mujeres habitantes de las zonas 14, 13, 10 y 9 fueron las
que determinaron el marco muestral. Por ser menor de 100,000 personas se
consideró una población finita. Se utilizó un intervalo de confianza de 95% y un
margen de error de 5%.

A continuación se muestra las gráficas con la pregunta que se realizó en la

encuesta y las respuestas, representándolas en porcentaje.

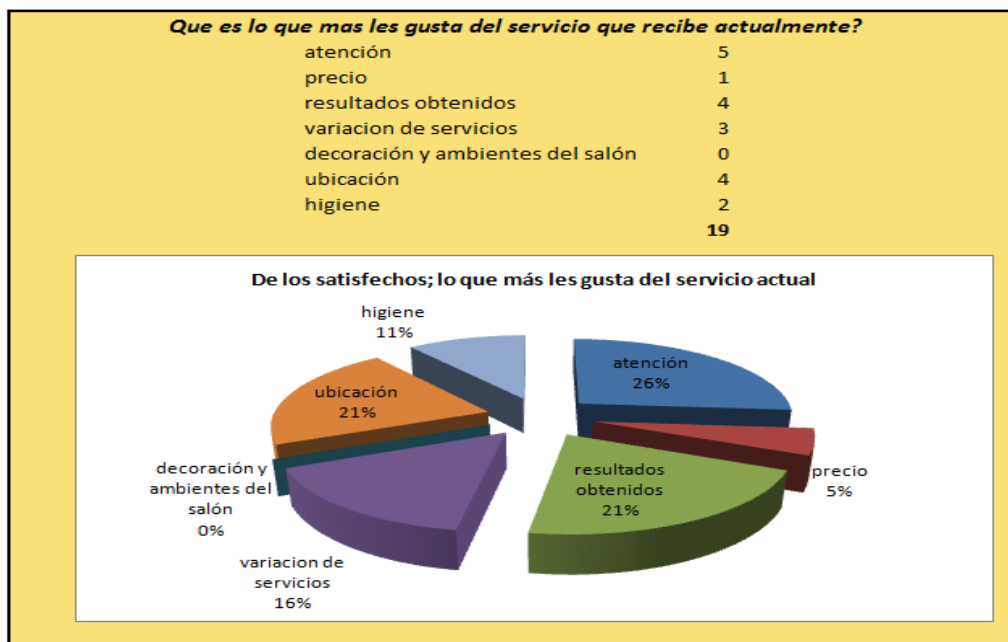
Gráfica 1.



. *n=19

Existe un potencial del 68% de demanda, lo cual es favorable para el proyecto.

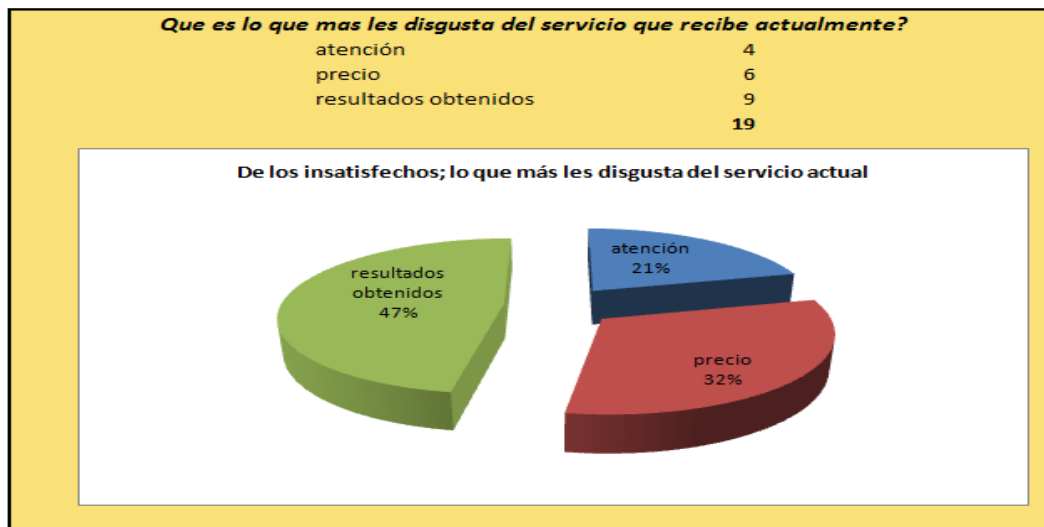
Gráfica 2.



. *n=19

A pesar que la atención es el porcentaje más alto, no es significativo comparado con las demás opciones planteadas, que brindan satisfacción.

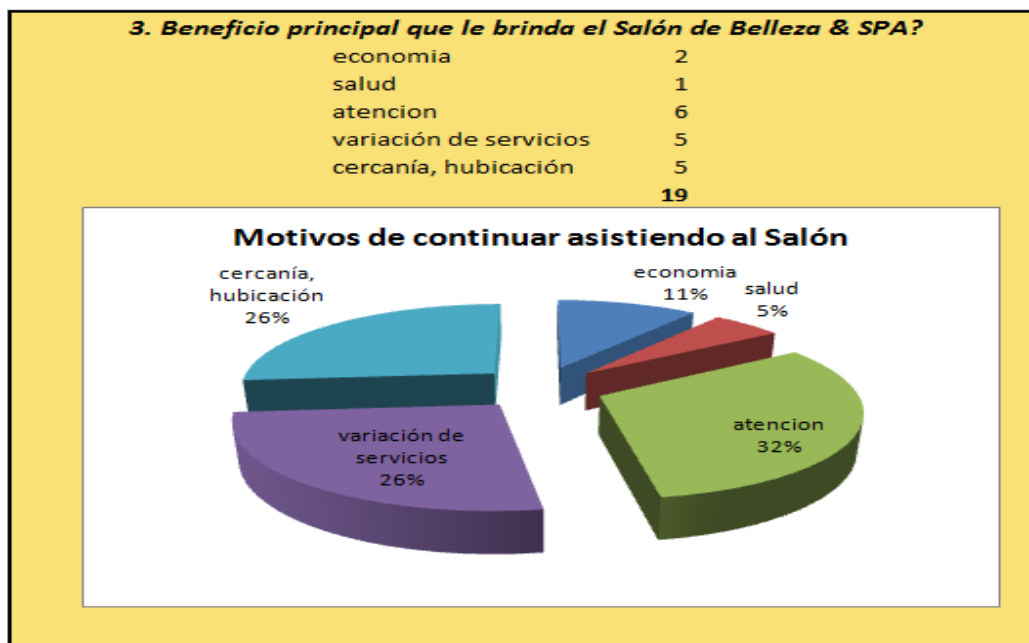
Gráfica 3.



. *n=19

Oportunidad de brindar servicio de valor a los clientes.

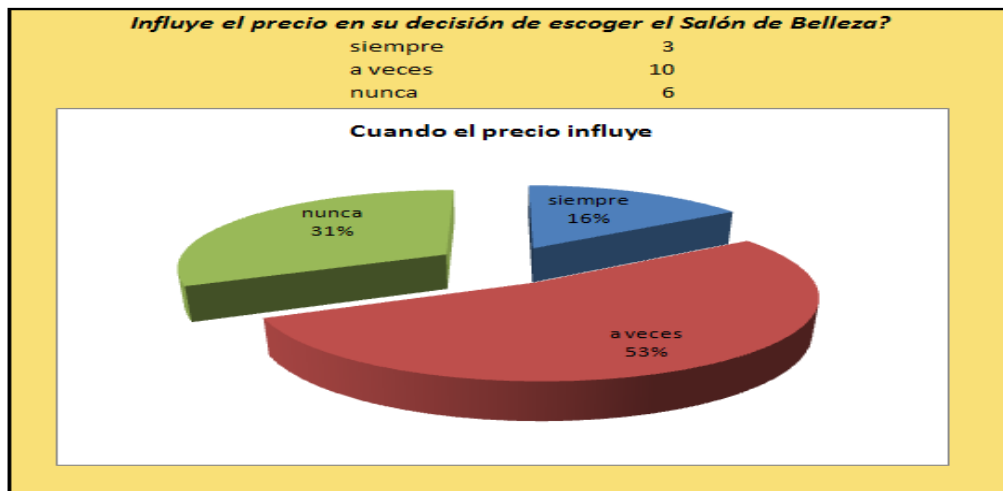
Gráfica 4.



. *n=19

Oportunidad de competir con la oferta actual. Se debe aprovechar la debilidad de la competencia directa.

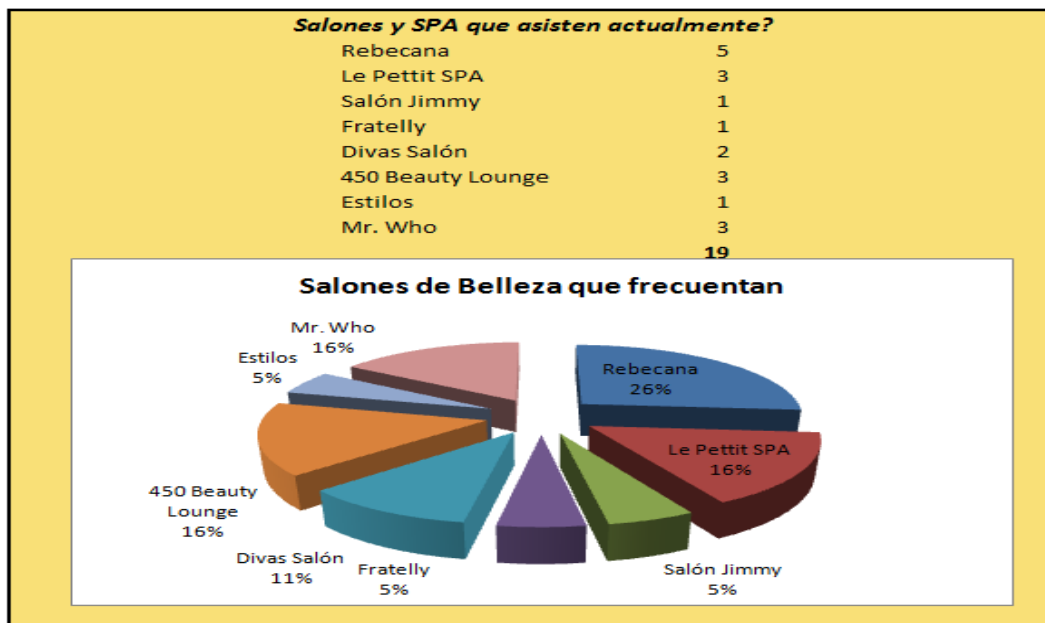
Gráfica 5.



. *n=19

Como se puede apreciar, el cliente tiene expresa tener potencial de pago por los servicios que reciba, siempre que sean de su satisfacción.

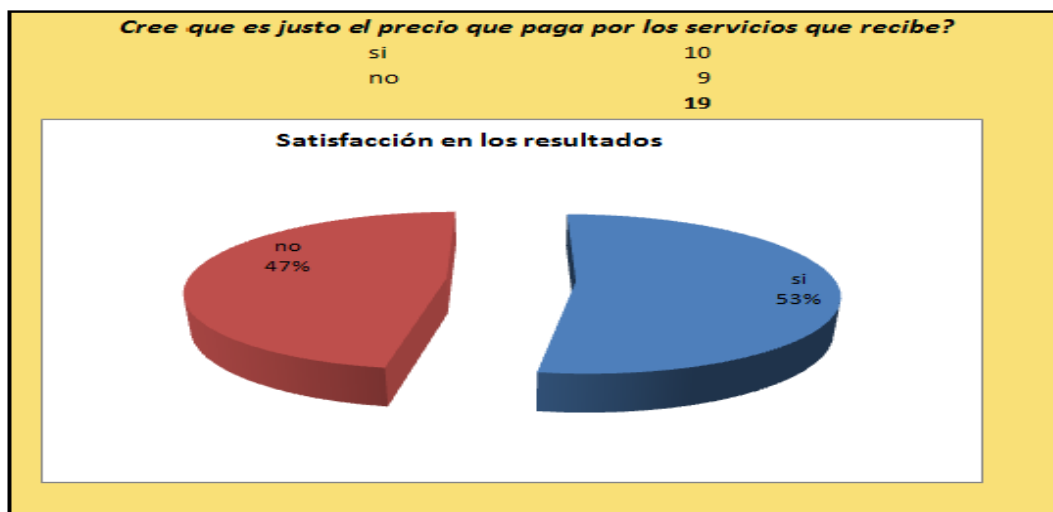
Gráfica 6.



*n=19

Salón de Belleza y SPA Rebecana cuenta con el 26% de demanda y es Competidor Indirecto para el proyecto.

Gráfica 7.

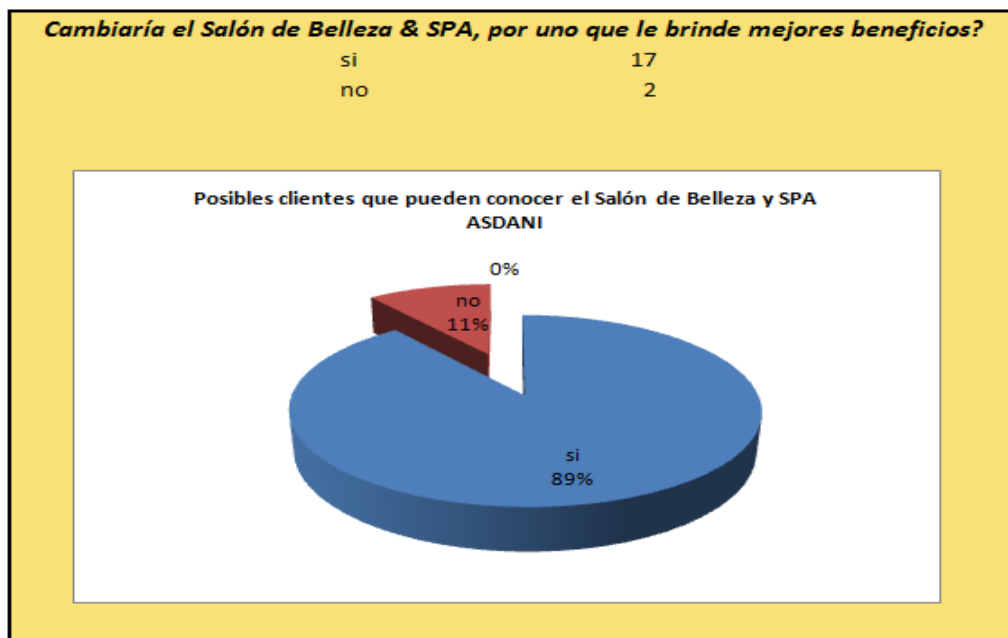


*n=19

El resultado no es acorde a las respuestas que se han obtenido a través de la encuesta. Puede ser que al momento de hacer la encuesta, las personas se hayan sentido influidas al contestar, puesto que ya habían dado el nombre del centro en el que actualmente asisten.

Lo recomendable en este caso es realizar las 380 encuestas que da la muestra, para obtener resultados más exactos.

Gráfica 8.



. *n=19

Como se puede apreciar, existe gran necesidad de satisfacción por parte de los clientes, a tal grado que no dudarían en visitar y conocer otro centro que



ofrezca más servicios, precios competitivos, parqueo propio, productos innovadores, de instalaciones modernas y lujosas, cercano a ellos, accesible y que incluya una asesoría profesional gratuita en cada tratamiento de belleza.

Esto encierra, brindarle al cliente beneficios incomparables. Creando así relaciones redituables por medio de intercambios de valor.

Este proyecto tiene una demanda de un 68% sobre la población del área encuestada (19 encuestas) como resultado. A continuación se detalla el porcentaje y número de personas que en la encuesta afirmaron su aceptación en conocer el nuevo Centro de Salón de Belleza y SPA ASDANI, y de quienes dijeron no estar interesadas.

Personas que dijeron SI; 68% 13 personas

Personas que dijeron NO; 11% 2 personas

Personas que dijeron TALVEZ; 21% 4 personas

Uno de los objetivos de ASDANI, será posicionarse rápidamente en el mercado objetivo.

Comportamiento de la oferta

2.10. Situación actual

Por resultados de las encuestas analizadas, por servicios de Asesoría Profesional en un Centro de Salón de Belleza & SPA, es amplia, debido a la variedad de servicios que se pueden ofrecer en un solo establecimiento.



Según las Páginas Amarillas de Publicar, en la actualidad existen 818 Salones de Belleza en toda Guatemala y 660 aproximadamente en la capital de Guatemala, de los cuales son 39 ubicados en el perímetro de las zonas 14 y 13. Entre los que destacan en la Avenida Las Américas y las siguientes calles y avenidas, alrededor del punto del proyecto son los siguientes Salones de Belleza: Beauty Sthetic, Elian´s Salon & SPA, Divas Salón y SPA, B-cool Salón & SPA y 450 Beauty Lounge y cabe mencionar particularmente a Rebecana SPA, C.C. Los Próceres zona 10, porque está dentro de la micro localización de este proyecto.

En estos centros se utilizan productos de marcas reconocidas; Wella, L`real, Kérastase, Sebastian, Bioclinic, Campos de Ibiza, Clarins, Clinique, etc. Entre estas marcas también compiten para ser la preferencia de los centros de belleza, es por eso que están en constante búsqueda por mejorar su calidad, así como sacar al mercado nuevas presentaciones de sus productos, debido a que sus más fuertes competidores en los últimos años son los proveedores que ofrecen productos naturales.

La estimación de oferta actual es mayor a la de hace un año. Sin embargo, independientemente de la situación actual económica del país, muchas empresas han tenido en promoción por lo menos cinco de sus servicios, cambiándolos cada 2-3 meses por otros cinco servicios.

Entre los principales competidores directos encontramos los siguientes centros de Salón de Belleza y SPA:

Cuadro 5.

Competidores Sala de Belleza y SPA	
Beauty Sthetic	SPA
Elian's Salón	Salón de Belleza y SPA
Divas Salón	Salón de Belleza y SPA
B-cool Salón	Salón de Belleza
450 Beauty Lounge	Salón de Belleza y SPA

Actualmente existe gran competencia entre los distintos centros de belleza.

Entre los principales competidores indirectos se encuentran los siguientes centros de salón de belleza y SPA, los cuales también son representativos:

Cuadro 6.

Competidores Sala de Belleza y SPA	
Rebecana	Salón de Belleza, Barbería y SPA
Stephane	Salón de Belleza y SPA
Le Pettit SPA	Salón de Belleza y SPA
Estilos	Salón de Belleza y SPA
Mr. Who	Salón de Belleza



2.11. Análisis del régimen del mercado

Por la naturaleza del negocio, no existe ninguna regulación o condición especial en el mercado de libre competencia.

2.12. Situación futura de la oferta

El centro de Salón de Belleza y SPA, es caracterizado por ser un negocio generador de ganancias ,aún cuando la demanda es mediana y se administra de la mejor manera. Sin embargo la competencia año con año ha incrementando, según comentaron dos administradores de centros de belleza. A pesar de la situación económica del país, algunos centros de belleza han cerrado sus operaciones, otros están por cerrar y así también nuevos están por abrir operaciones, creando oferta.

Según comentarista de Revista Amiga, publicada el 18 de febrero del año 2009, se estima que ante una situación económica crítica, los salones de belleza estarían cerrando y solo quedarían aquellos que tienen un respaldo financiero a nivel nacional e internacional, por ejemplo: Rebecana, Le Criss, Lizzo Express y Stephane, ubicados entre zonas 9, 10 y 14.

Comportamiento de los precios

2.13. Situación actual y estadísticas básicas de los precios

Los precios del sector encuestado son muy competitivos, ya que están bajo los mismos rangos. Es por ello que para este proyecto se asignará un precio altamente competitivo que entrará al rango de la situación actual del mercado.

Para obtener una estadística básica de los precios, se tomó un promedio de precios en salones de belleza principales de las zonas 14, 13.

Cuadro 7.

Precios actuales de la competencia y del proyecto

Tipo de Servicio	Beauty Sthetic	Elian's Salón y SPA	Divas Salón y SPA	B-Cool Salón y SPA	450 Beauty Lounge	Promedio de Competencia	Salón de Belleza y SPA ASDANI
Manicure		Q90.00	Q100.00	Q90.00	Q85.00	Q91.25	Q100.00
Pedicure		Q130.00	Q135.00	Q140.00	Q120.00	Q131.25	Q140.00
Corte y tratamiento		Q80.00	Q80.00	Q70.00	Q75.00	Q76.25	Q80.00
Mechas		Q450.00	Q550.00	Q480.00	Q400.00	Q470.00	Q500.00
Rayitos		Q420.00	Q450.00	Q440.00	Q400.00	Q427.50	Q440.00
Alisado permanente		Q860.00	Q830.00	Q870.00	Q820.00	Q845.00	Q880.00
Lavado y planchado		Q100.00	Q95.00	Q110.00	Q90.00	Q98.75	Q100.00
Shampoo y cepillado		Q80.00	Q70.00	Q90.00	Q75.00	Q78.75	Q80.00
Peinado y maquillaje		Q160.00	Q140.00	Q150.00	Q140.00	Q147.50	Q150.00
Depilación (por área)		Q60.00	Q60.00	Q60.00	Q60.00	Q60.00	Q70.00
Masaje relajante	Q140.00	Q140.00	Q135.00	Q140.00		Q138.75	Q150.00
Reflexología	Q170.00	Q195.00	Q180.00	Q170.00		Q178.75	Q180.00
Acupuntura	Q190.00	Q185.00	Q170.00	Q170.00		Q178.75	Q180.00
Hidroterapia	Q180.00	Q170.00	Q180.00	Q170.00		Q175.00	Q180.00
Masaje profesional	Q190.00	Q195.00	Q190.00	Q180.00		Q188.75	Q200.00
Masaje reductor	Q220.00	Q195.00	Q190.00	Q200.00		Q201.25	Q200.00
Aromaterapia	Q190.00	Q195.00	Q190.00	Q190.00		Q191.25	Q180.00
Sauna	Q80.00	Q80.00	Q75.00	Q75.00		Q77.50	Q70.00

2.14. Estimación de la evolución futura de los precios

La evolución futura de los precios en los salones de belleza y en los centros de SPA, se ha incrementado en los últimos meses. Debido a que estamos sujetos a los cambios de la inflación, se debe contemplar una tasa del 8.5 anual y el



margen de ganancia o recuperación establecida, requiere la necesidad de aumentar precios según evaluación de los índices financieros.

Así también por la fluctuación del dólar que ha incrementado el costo de los insumos a través de los años.

La influencia prevista de los precios sobre la demanda dependen de:

- Calidad de los servicios
- Las marcas de productos que se utilizan
- El sector de ubicación
- La afluencia y posicionamiento

2.15. Márgenes de comercialización

A continuación se encuentra el cuadro resumen de los precios que en promedio se manejan en la industria de estos servicios y tratamientos de belleza. Así como los precios del proyecto y su margen de comercialización.

Cuadro 8.

Tipo de Servicio	Promedio de precios Industria	Salón de Belleza y SPA ASDANI	Costo del servicio	Utilidad bruta	Margen de comercialización
Manicure	Q91.25	Q100.00	Q33.33	Q66.67	67%
Pedicure	Q131.25	Q140.00	Q46.66	Q93.34	67%
Corte y tratamiento	Q76.25	Q80.00	Q26.66	Q53.34	67%
Mechas	Q470.00	Q500.00	Q166.65	Q333.35	67%
Rayitos	Q427.50	Q440.00	Q146.65	Q293.35	67%
Alisado permanente	Q845.00	Q880.00	Q293.30	Q586.70	67%
Lavado y planchado	Q98.75	Q100.00	Q33.33	Q66.67	67%
Shampoo y cepillado	Q78.75	Q80.00	Q26.66	Q53.34	67%
Peinado y maquillaje	Q147.50	Q150.00	Q50.00	Q100.01	67%
Depilación (por área)	Q60.00	Q70.00	Q23.33	Q46.67	67%
Masaje relajante	Q138.75	Q150.00	Q50.00	Q100.01	67%
Reflexología	Q178.75	Q180.00	Q59.99	Q120.01	67%
Acupuntura	Q178.75	Q180.00	Q59.99	Q120.01	67%
Hidroterapia	Q175.00	Q180.00	Q59.99	Q120.01	67%
Masaje profesional	Q188.75	Q200.00	Q66.66	Q133.34	67%
Masaje reductor	Q201.25	Q200.00	Q66.66	Q133.34	67%
Aromaterapia	Q191.25	Q180.00	Q59.99	Q120.01	67%
Sauna	Q77.50	Q70.00	Q23.33	Q46.67	67%

Análisis de la comercialización

2.16. Canales de comercialización

El canal que se usará para comercializar el proyecto será directo. El Salón de Belleza y SPA, se encargará de brindar los servicios al consumidor final directamente, de esta manera obtendrá mayores ganancias también. El salón mismo se anunciará en prensa y radio.



2.17. Formas de comercialización del proyecto

El Salón de Belleza y SPA tendrá anuncios publicitarios, utilizando los siguientes medios de publicidad:

- Prensa Libre; ½ página en la pág. 10. una vez cada trimestre.
- Radio Alfa 97.3; 30 segundos en la mañana de 6:30 a 8:30, dos veces a la semana en un período inicial de dos meses únicamente, debido a que el presupuesto no da para más anuncios.
- Gigantografías; cuatro ubicadas en la Avenida Las Américas.

Así mismo, se usarán una de las claves del éxito que es: promoción. Se empleará la promoción para que las personas conozcan del servicio y los productos. Así como para que los clientes obtengan mayores beneficios por medio de cupones de descuento, certificados de regalo, obsequios por la compra de producto, vales y promociones de descuentos o 2X1, en estratégicos días del mes.

2.18. Capacidad de competencia del proyecto

El proyecto tendrá inicialmente una capacidad sobre el 20% de la competencia. Está cetralizado en cumplir su objetivo principal, que es el de satisfacer las necesidades y gustos a todos sus clientes por medio de asesorías profesionales en la estética y el cuidado personal. Se tiene determinado fortalecer las



debilidades que mediante el estudio de mercado se encontraron de otros establecimientos. Entre las debilidades de la competencia se detectaron:

- Falta de servicio especializado, personalizado y profesional
- Indiscreción profesional en tratamientos
- Servicio de excelencia y valor que el cliente espera

Las debilidades arriba mencionadas deberán ser su mayor fortaleza al proyecto, ya que la implementación de un servicio especializado, personalizado y profesional será una eficaz estrategia para el éxito de este proyecto.

Es obvio que se desea un crecimiento en su demanda, así como en su rentabilidad, y por ello se estima un cálculo de 1% al 2% durante los próximos cinco años. A nivel micro y macro entorno debe estar preparado con puntuales estrategias e indefinidos planes de acción para ejecutar un buen desempeño ante las necesidades de los clientes.

Puesto que el mercado es muy extenso, se deberá estar siempre alerta ante la competencia directa e indirecta.



CAPÍTULO III.

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Ubicación y capacidad del proyecto

El proyecto estará en la zona 13 de la Ciudad de Guatemala. Este tendrá la capacidad de atender por hora a 10 personas, dependiendo de los servicios que requieran, guiándonos en el uso de cada área; es decir, cubriendo las camillas, las sillas del salón, los bancos del manicure y pedicure. El número de estilistas profesionales dedicados a trabajar directamente con el cliente durante una sola jornada diaria es de 10.

El cálculo fue hecho de la siguiente manera: Tomando el máximo de personas a atender por hora, que son diez. Las diez personas se multiplican por las 13 horas de jornada diaria. El resultado es 130 personas diarias como “capacidad máxima”.



Sin embargo, este proyecto está siendo calculado con el mínimo de visitas que el competidor directo más cercano tiene (Salón de Belleza Divas SPA) las cuales son 40 visitas diarias que representan al 20% de la demanda. Este cálculo fue realizado en el estudio de mercado de la siguiente manera: La población es de 32,036 mujeres, de las cuales el 17.48% hacen uso de estos servicios. El 17.48% equivale a 5,600 mujeres, de las cuales el 20% hacen 1,120 personas.

Estas 1,120 personas son las que se estiman atender mensualmente para el proyecto. 40 visitas diarias; 280 visitas semanales, 1,120 visitas mensuales y 13,440 visitas el primer año. Y utilizan la mitad de su capital humano por la mañana y por la tarde.

Por su ubicación, el proyecto aspira a quedarse funcionando como un Centro de Salón de Belleza y SPA indefinidamente, porque el proyecto se está realizando únicamente con clientes mujeres, sin tomar en cuenta también a sus posibles clientes hombres y niños, quienes se desea logren tomar una parte más significativa de la demanda, que es considerado como valor agregado a este proyecto de pre-inversión.

3.2. La localización del proyecto y su relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión.

Figura 3.

Macro localización

Ciudad, Guatemala.



Fuente: Google Earth

Figura 4.

Micro localización

Zona 13 de la ciudad Capital. Ubicado en la 11 calle, esquina de Avenida Las Américas. Frente al Centro Comercial Plaza Gala.



Fuente: Google Earth

Vista cercana



Fuente: Google Earth



“Avenida Las Américas, abarca desde la 1ra. Calle a la 20 Calle de las Zonas 13 y 14, y sirve de límite entre dichas zonas. Tiene un gran valor artístico e histórico y es considerada parte del Patrimonio Cultural de Guatemala. La Avenida Las Américas es un homenaje a los países de América, ya que en cada esquina hay cuadros metálicos enmarcados con hierro forjado decorado, los cuales rodean el escudo y nombre de algún país del continente. Así mismo, hay varias plazoletas con esculturas de algún personaje importante del país patrocinador. Entre ellos se pueden encontrar monumentos a Simón Bolívar, Cristóbal Colón, Reyna Barrios o Juan Pablo II. Es recomendable recorrer la Avenida a pie los fines de semana en el transcurso del día, entre las 10 de la mañana a las 5 de la tarde. Durante estas horas la Avenida es muy visitada por familias guatemaltecas que van recrearse, ya que se transforma en un centro de diversión para los niños, con ventas de comida, dulces, paseos en caballo, mulas o cabras.”

Fuente: internet de la siguiente página web:

http://es.viajes.yahoo.com/p-guia_viaje-838632-action-informacion_turistica-avenida_las_americas_ciudad_de_guatemala-i

Entre las justificaciones de la localización del proyecto están: cercanía con el obelisco; punto de ubicación para cualquier ciudadano, a dos cuadras del conocido C.C. Plaza Gala; que cuenta con un supermercado, boutiques y bancos, un punto de ubicación muy accesible y transitable por vecinos o personas que usan la Avenida Las Américas como ruta de fácil acceso para llegar a sus trabajos y hogares.

Tiene la ventaja de estar ubicado en el área donde toda la familia puede conocer el centro, durante una caminata relajante en un día domingo como lo es en uno de los programas más exitosos de la Municipalidad de Guatemala, llamado “Pasos y Pedales”, puesto que solo en la ciudad existe y atiende a más

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



de 15,000 personas por domingo. La misión de este programa es poder brindar a las familias de la ciudad de Guatemala un espacio adecuado para su sana recreación, teniendo además un ambiente limpio y seguro. Actualmente se cuentan con tres programas de “Pasos y pedales” quienes reciben domingo a domingo a miles de guatemaltecos que acompañados por sus familias gozan de actividades gratuitas que se brinden. Los pasos y pedales que existen son se dividen en tres fases, de la cual la fase uno es la que se encuentra en Avenida Reforma y América zonas 9, 10 y 13. Este programa tiene un horario de 10:00 de la mañana a 2:00 de la tarde, todos los domingos sin excepción alguna.

Con relación a las características geográficas del terreno, la Avenida Las Américas en la zona 13 y enfrente zona 14 se caracteriza por tener éxito por la facilidad para entrar a la Avenida, ya que si la persona entra por el lado Sur, Occidente, Oriente o del Norte del país, tiene las opciones disponibles para llegar a la Avenida Las Américas. Entre las calles y avenidas principales están: Boulevard Liberación, Hincapié, 16 avenida zona 13, 1 avenida zona 14, Boulevard Los Próceres y Avenida Reforma. Estos lugares conocidos, concurridos y de mucho movimiento vehicular y peatonal.

El terreno abarcará una dimensión de 21 metros de ancho por 35 metros de largo, cuyas medidas deberán ajustarse en dos niveles para obtener las condiciones óptimas del centro.

Con relación a las características del proceso productivo y del programa de expansión, el espacio del centro está apto para la diversidad de servicios y la división de las áreas específicas de los servicios que se brindarán, en cuanto a medidas, espacio, ambiente y decoración.



El programa de expansión, inicialmente se contaría en el mismo lugar, construyendo un tercer nivel para ampliar las instalaciones. Se deberá considerar otra ubicación, en caso la demanda así lo requiera, que podría ser una planeación en Avenida La Reforma zona 9; porque no existe ningún centro de este tipo; Salón de Belleza y SPA en toda la Avenida La Reforma.

Estos entornos previstos en Avenida Las Américas, Avenida Reforma, son muy favorables por la cantidad de afluencia que tienen y fácil y conocida ubicación.

3.3. Distancia y costos de transporte; de los insumos y los productos

Afortunadamente todos los proveedores ponen a su disposición el envío de sus productos de belleza a domicilio, lo que significa que basta con una llamada telefónica para que el pedido llegue un día después. En caso de las emergencias que siempre existen, por pedido de cantidades mínimas se cobra un flete de Q.20.00 normalmente, según las distancias. La mayoría de los proveedores están ubicados en zonas; 13, 10 y 9. Este flete es cargado a la cuenta como un recargo adicional por gastos de transporte, el cual deberá evitarse para efectos de control de calidad y evaluaciones de desempeño internos.

En algunos casos los insumos materiales, tales como: tintes, mascarillas, tratamientos para el cabello, tratamientos en cremas para la piel, etc., se realizarán pedidos especiales de productos a Estados Unidos.

En lo que se refiere a los insumos mobiliarios, se tendrá control mensual de las requisiciones necesarias.

3.4. Descripción del proceso de producción



El principal objetivo del Salón de Belleza será brindar el Servicio de Asesoría Profesional a todos los clientes, desde que visitan por primera vez.

En los siguientes párrafos encontraremos paso a paso del proceso del servicio:

Primer paso del proceso: En el momento que el cliente ingresa a la recepción del centro, uno de los dos asesores deberá atenderlo, preguntándole al cliente el tratamiento que desea hacerse, el asesor prestará mucha atención al cliente sobre los motivos que le impulsaron hacerse el tratamiento específico por el que llega. Luego el Asesor le referirá también los tratamientos que mayor beneficio le brinde al cliente. El cliente decidirá si toma el tratamiento recomendado. Tomando por ejemplo que el cliente haya decidido visitar el centro para hacerse unas mechas de color beige, entonces el asesor deberá llevar al cliente hacia la sala de belleza o al área que corresponda con uno de los estilistas. Indica de que manera trabaja las mechas al cliente, esto será una vez que el cliente y el asesor hayan acordado el tratamiento a trabajar.

Segundo paso del proceso: El estilista coloca la bata plástica al cliente y toma de sus gavetas del tocador todos los materiales que le serán necesarios (esto no le debe tomar más de tres minutos) en el caso de hacer el tratamiento de mechas, tendrá que alistar rápidamente; bata, dos pares de guantes, papel aluminio, ganchos, peinetas, tres toallas, decolorante, color base y el número de color a aplicar, colocándolo sobre la carretilla de rodos que tendrá siempre consigo sobre el lado derecho. Una vez reúna todos los materiales, llevará al cliente al lava cabezas, para hacerle un shampoo.

Tercer paso del proceso: Cuando el cliente se encuentre de nuevo en su silla de la sala, estará con el cabello húmedo y una toalla seca sobre su cabeza, cubriendo su cabello. El estilista quitará el exceso de agua con la toalla y luego



usará la secadora para secar por completo el cabello, a la vez que desenreda el cabello.

Cuarto paso del proceso: Cuando el cabello ya se encuentra limpio y seco, el estilista hace la siguiente mezcla: decolorante y ampolla protectora para el cabello. Se coloca sus guantes e inicia a separar por mechones pequeños todo el cabello, a la vez que aplica el decolorante con una brocha mediana de cabello y lo cubre con las series de papel aluminio, sostenido por los ganchos y peinetas. Cuando termina de cubrir toda la cabeza, deja actuar por 20 minutos, dependiendo si el cabello se encontrara dañado, es menor el tiempo. A la vez se dan revisiones al cabello cubierto, después de los 15 minutos que lleva con el decolorante. Esto indica el tiempo que falta para llegar al punto de decoloración esperado. Mientras tanto el cliente permanece sentado en la silla de la sala, o para efectos más rápidos, puede sentarse por unos minutos en la secadora cubre cabeza. El cliente podrá estar todo este tiempo leyendo su revista preferida.

Quinto paso del proceso: Cuando el cabello está completamente decolorado, el estilista sin quitarse los guantes le retira rápidamente los ganchos y el papel aluminio, a la vez que se pasa limpiando en cada mechón con una toalla de tela húmeda el decolorante. Este paso debe ser muy rápido, ya que cuando se termine de limpiar el decolorante de todos los mechones con la toalla húmeda, se debe aplicar el tinte de color con una brocha mediana de cabello sobre todos los mechones decolorados y dejar actuar durante 10 ò 15 minutos.

Sexto paso del proceso: Cuando el cabello ya tenga el color deseado, se deberá llevar al cliente hacia el lava cabezas y eliminarle el tinte con abundante agua tibia. El estilista se deberá quitar sus guantes para lavar bien el cabello. Se debe colocar otra ampolla hidratante capilar sobre el cabello, la cual servirá para darle resistencia al cuero cabelludo y al cabello. Se dejará actuar la

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



ampolla por cinco minutos máximo, ya que por su esencia no es necesario dejarla por más tiempo. Se enjuagará el cabello y se cubrirá con nueva toalla seca.

Séptimo paso del proceso: Cuando el cliente esté de nuevo en su silla, estará con el cabello húmedo y una toalla sobre su cabeza, cubriendo su cabello. El estilista quitará el exceso de agua con la toalla y luego usará la secadora para secar por completo el cabello a la vez que desenreda el cabello.

Octavo paso del proceso: Cuando el cabello ya se encuentra limpio y seco, el estilista se coloca nuevos guantes y aplica sobre todo el cabello el tinte de color base y deja actuar durante 10 minutos aproximadamente. Una vez el cabello tenga los colores esperados, deberá llevar al cliente hacia el lava cabezas y eliminarle el tinte con abundante agua tibia. El estilista se deberá quitar sus guantes para lavar bien el cabello con shampoo. Se debe aplicar suficiente acondicionador para cabello teñido, el cual protegerá de la secadora. Se dejará actuar el acondicionador por dos minutos. Se enjuagará el cabello y se cubrirá con nueva toalla seca.

Noveno paso del proceso: Cuando el cliente esté de nuevo en su silla, estará con el cabello húmedo y una toalla sobre su cabeza, cubriendo su cabello. El estilista quitará el exceso de agua con la toalla y luego usará la secadora para secar por completo el cabello a la vez que desenreda el cabello.

Décimo paso del proceso: Cuando el cabello se encuentra limpio y seco, el estilista llama al asesor que atendió al cliente inicialmente y le muestra el trabajo realizado. El asesor deja que exprese el cliente sus comentarios sobre el trabajo que le realizaron. Enseguida el asesor le sugiere un peinado o corte de cabello, que el cliente debe decir optar.



Para realizar un peinado o corte, lleva un nuevo proceso.

Independientemente del servicio que el cliente opte hacerse, el asesor, estará abordándolo durante toda la visita, no solo para ofrecerle los diferentes servicios y paquetes que el salón ofrece, sino también para conocer su confort dentro del centro, para confirmar que su satisfacción sea la esperada. De esta manera, se trabajará con todos los clientes, cada uno con la misma atención, indiferentemente que el cliente visite el centro por primera vez y no acepte ninguna recomendación del asesor, así mismo, el cliente será cordialmente atendido hasta que salga del centro totalmente satisfecho por la atención y demás servicios.

Como parte del proceso, los asesores tienen bajo su responsabilidad llevar el control de cada cuenta, por medio de una agenda electrónica que por apellido, lleva control en la base de datos de cada cliente que visita el centro, de esta manera el asesor puede obtener información inmediata sobre el último servicio realizado, por ejemplo: qué tipo de tratamiento se ha realizado en sus últimas cinco visitas, quién de los estilistas le atendió, si aceptó o no la asesoría inicial, en qué número de visita empezó a tomar la asesoría y chequeo de comentarios recibidos en todas sus visitas.

Con la variedad de servicios que se ofrecerán en el Salón de Belleza y SPA ASDANI, es indiscutible que el tiempo que una persona pueda estar dentro del centro sea menos de una hora.




































3.5. Flujo grama del proceso total

El siguiente cuadro explica gráficamente con símbolos y comentarios el proceso para ofrecer el servicio de “mechas” a manera de ejemplo, de cómo se representa gráficamente cada servicio.









[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)

Cuadro 9.

SERVICIO: MECHAS

SIMBOLO	PROCESO	TIEMPO
	El cliente ingresa al salón	10 segundos
	El asesor saluda y pregunta que servicio desea hacerse	30 segundos
	El cliente expresa sus puntos de vista	2 minutos
	Asesoría INICIAL genera y sobre el tratamiento	3 minutos
	El cliente decide	10 segundos
	El asesor lleva al cliente con el estilista que le atenderá en el área	1 minuto
	El asesor indica de que manera necesita que deje las mechas	1 minuto
	El estilista coloca la bata plástica al cliente	10 segundos
	El estilista prepara todos los materiales que ocupará	3 minutos
	El estilista llevará al cliente hacia el lava cabezas -sham poo-	5 minutos
	El estilista secará y peinará el cabello al cliente en la silla de la sala	6 minutos
	El estilista hará la mezcla: decolorante y ampolla protectora	3 minutos
	El estilista se coloca sus guantes e inicia la aplicación de la mezcla con brocha en cada mecha cubriendola con papel aluminio y sostenida con ganchos	15 minutos
	El estilista cubre toda la cabeza y deja actuar el decolorante	20 minutos
	El estilista supervisa el cabello cuando lleva 15 minutos de duración	1 minuto
	El cliente permanece sentado leyendo su revista favorita	-
	El estilista quita el papel aluminio, los ganchos y limpia cada mechón con toalla	6 minutos
	El estilista aplica el tinte de color con brocha en todos los mechones	15 minutos
	El estilista llevará al cliente hacia el lava cabezas -eliminar con agua tibia-	5 minutos
	El estilista sin guantes deberá aplicar ampolla hidratante	5 minutos
	El estilista deberá enjuagar con agua fria	1 minuto
	El estilista secará y peinará el cabello al cliente en la silla de la sala	6 minutos
	El estilista se coloca nuevos guantes e inicia la aplicación del color base con brocha grande sobre todo el cabello	15 minutos
	El estilista llevará al cliente hacia el lava cabezas -sham poo-	5 minutos
	El estilista sin guantes deberá aplicar acondicionador para cabello teñido	2 minutos
	El estilista deberá enjuagar con agua fria	1 minuto
	El estilista secará y peinará el cabello al cliente en la silla de la sala	6 minutos
	El estilista llama al asesor y le muestra el trabajo	2 minutos
	El asesor pregunta al cliente sus comentarios	1 minuto
	El cliente expresa sus puntos de vista	2 minutos
	El asesor sugiere un peinado y/o corte de cabello	3 minutos
	El cliente decide	1 minuto
	El asesor indica al estilista de que manera debe quedar el peinado	1 minuto
	El cliente se dirige a recepción/caja a cancelar.	4 minutos
	El cliente egresa del salón	1 minuto
	tiempo promedio para 1 cliente:	2 hrs y 23 min.

Significado de los simbolos:

	proceso		datos
	operación manual		preparación
	proceso alternativo		documento
	decisión		inicio y fin

3.6. Descripción de las instalaciones, equipos y personal



Las instalaciones deberán ser amplias para el buen desempeño de los trabajadores y comodidad de los clientes. Deberán estar bien diseñadas de manera que sea acorde al tipo de salón de belleza que se planea. Cada área debe estar distinta una de otra por sus equipos, aparatos y mobiliario. Se planea que el centro cuente con dos niveles, para una mejor distribución de áreas.

El centro estará compuesto por las siguientes instalaciones por nivel y personal a cargo del área:

1er. Nivel.

1. Parqueo:

Amplio parqueo para 14 vehículos, los cuales estarán dentro del centro. Bajo la vigilancia de un policía. Personal: un hombre uniformado.

2. Recepción:

Una amplia sala de espera que tendrá dos amueblados de sala modernos de cuero en color beige, contará con una mesa en el centro de la sala y dos esquineras. Un escritorio de recepción de color verde en forma de "L", de colores neutros, no claros, una computadora, una impresora a color, la planta telefónica y los materiales de uso necesario de escritorio, un mueble exhibidor de productos, un equipo de sonido que tendrá el control de la música de todo el centro y una aparte que controlará la música de las salas de masaje. Màquinas P.O.S. Las paredes se rodearán de vidrios, espejos y de cuadros de modelos mujeres y hombres jóvenes y adultos. Así también en todo el centro podrá tener acceso a Internet vía *Wireless*. Personal: una recepcionista mujer de imagen impecable. No usará uniforme.



3. Oficina de Asesoría:

A un costado de la recepción estará una oficina pequeña en donde se encontrarán los Asesores de Imagen. Allí se encontrará un escritorio grande, dos sillas, dos computadoras laptop, un teléfono de múltiples funciones, dos palmas y muchos espejos. Personal: una Asesora mujer y un Asesor hombre. Usarán trajes formales de moda.

4. Sala de Belleza:

Decorada de espejos en puntos estratégicos, seis módulos de servicio, es decir; seis tocadores con seis sillones, dos secadoras de pelo grandes, con su respectiva silla, dos lava cabezas con sus respectivas sillas, en cada tocador deberá estar puesta una secadora, una tenaza y una plancha de pelo, así como producto en promoción o tratamientos de marcas reconocidas. Estará también una silla pequeña especial para niños pequeños. También deberá haber dentro de la sala cuatro carretillas con rodos que contengan todos con los materiales a utilizar; ganchos, clips, batas, toallas, papel aluminio, peines, cepillos, brochas, cremas y spray. Todo debidamente limpio y ordenado por las mismas personas. Personal: dos mujeres y un hombre. Estilistas uniformados.

5. Sala de Manicure y pedicure:

Una sala dividida en cuatro módulos. En los dos módulos de manicures, habrá en cada módulo una mesa y dos sillas con espejos en las paredes. Así como todos los materiales listos, ordenados y limpios esterilizados para utilizarse en mesa especial para esos artículos. En los dos módulos de manicures, habrá en cada módulo una silla cómoda y adecuada para el servicio, así como dos bancos pequeños para la persona que dará el servicio. Aquí también todos los materiales a utilizarse, deberán estar preparados para su uso en una mesa especial. Personal: tres mujeres. Estilistas uniformadas.

6. Área de lavandería:

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



Un espacio adecuado que tendrá una lavadora, una secadora y unas repisas para colocar las toallas y batas limpias. Allí también habrá espacio para guardar productos del inventario.

7. Área de cocina y cafetería:

Una cocina pequeña que contará con refrigeradora, gabinetes de cocina y lavatrastos, una pequeña estufa de dos hornillas y una mesa de comedor redonda para siete personas, un teléfono. La cocina tendrá una pequeña división donde estará un botiquín y otra bodega de inventario de materiales de oficina y del salón. Personal: una mujer que se encargue de limpieza general. Uniformada.

8. Jardinería y juegos:

Para el mantenimiento del jardín y juegos para los niños de la misma área. También para el mantenimiento de limpieza y cuidado de las plantas dentro del local. Personal: un hombre. Uniformado.

9. Baños:

En el primer nivel estarán dos baños medianos para los clientes y uno pequeño para empleados. Cada baño tendrá un tocador con espejo. También tendrán extractor de olores.

2do. Nivel

10. Salas de masaje:

Cuenta con seis salas de masaje. Cada sala será privada y contará con camilla especial para masajes, bocinas donde se escuchará música especial relajante. Tendrán una mesa pequeña con los materiales listos para utilizarse así como veladoras en las esquinas de la sala y espejos. Estas mismas salas se utilizarán para depilaciones con cera. Personal: cuatro mujeres. Estilistas uniformadas.



11. Baño de vapor (sauna):

Un baño de vapor con capacidad para ocho personas. Con espejos en las paredes y con bancas espaciosas para sentarse o acostarse. En este baño no se permitirán depilaciones de ningún tipo.

12. Baños y duchas:

Los baños serán grandes, porque tendrán servicio de dos sanitarios, cuatro vestidores y dos duchas. Estará rodeado de espejos y dará paso directo al baño de vapor. Estos baños también tendrán su tocador y extractor de olores.

13. Sala de espera:

Con sillones y entretenimiento; televisión, revistas y libros. Estarán en el área espaciosa del segundo nivel, para mejor comodidad.

14. Gerencia General:

:En la entrada se encuentra una oficina de un escritorio, silla gerencial, un archivo, una computadora, una impresora, teléfono. A un costado está la mini suite equipada que cuenta con un baño privado con ducha. El propietario o Gerente General será quien podrá hacer uso de la habitación.

Todas las áreas tendrán aire acondicionado, luz suficiente y adecuada para cada ambiente. La decoración de cada área estará decorada de manera moderna. La limpieza será una fortaleza que deberá tener, ya que todos los materiales, equipo e instalaciones deben ser higiénicas. Así como sus colaboradores deberán estar con una imagen impecable y también deberán estar debidamente identificados con una solapa al lado derecho del pecho indicando su nombre y apellido. Los estilistas uniformados con bata de color morado y pantalón negro.

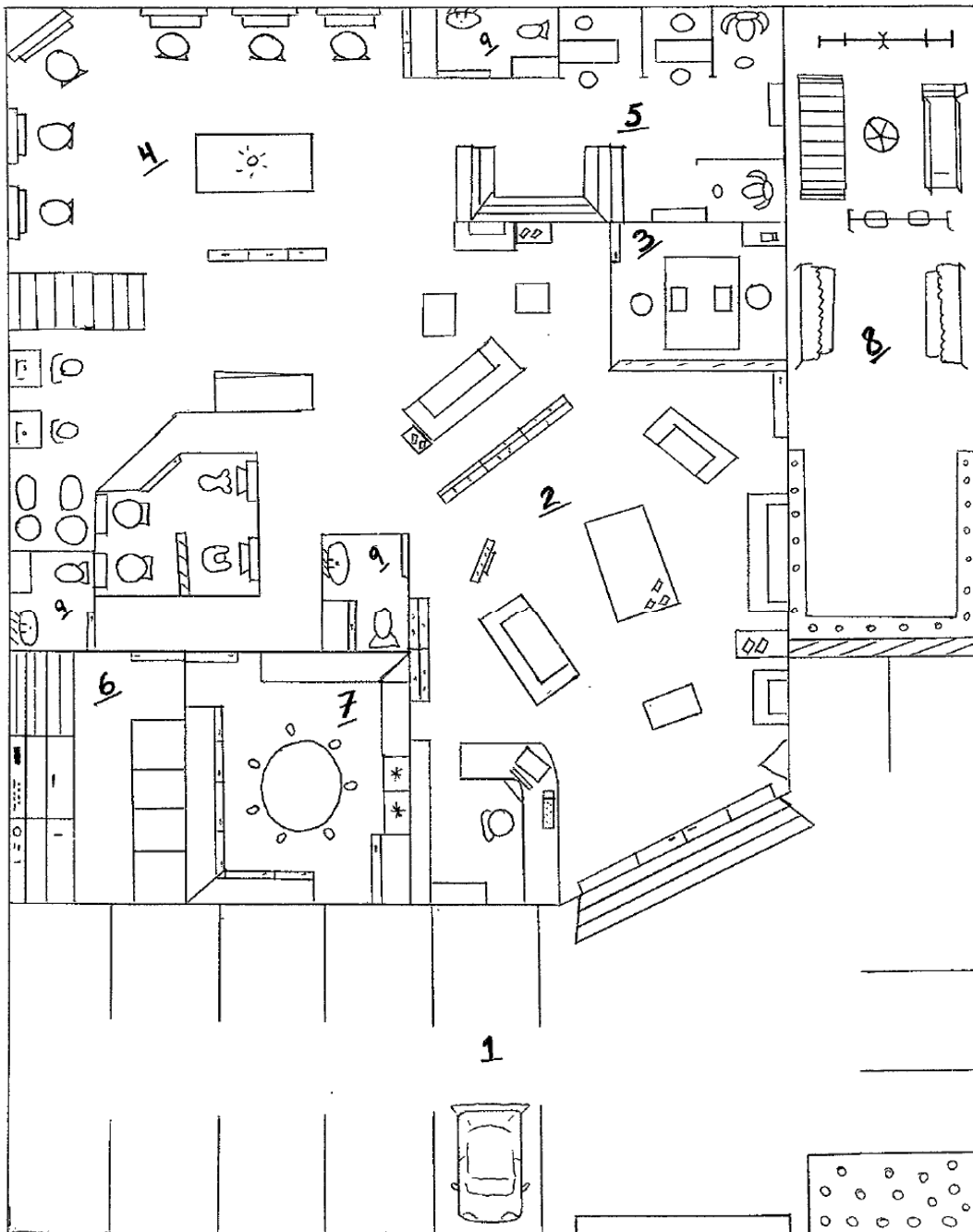


A continuación se grafica de manera general el interior del centro.

1er. Nivel.

1	Parqueo
2	Recepción
3	Oficina de Asesoría
4	Sala de Belleza
5	Sala para Manicure y Pedicure
6	Lavandería
7	Cocina y Cafetería
8	Jardín y Juegos infantiles
9	Sanitarios

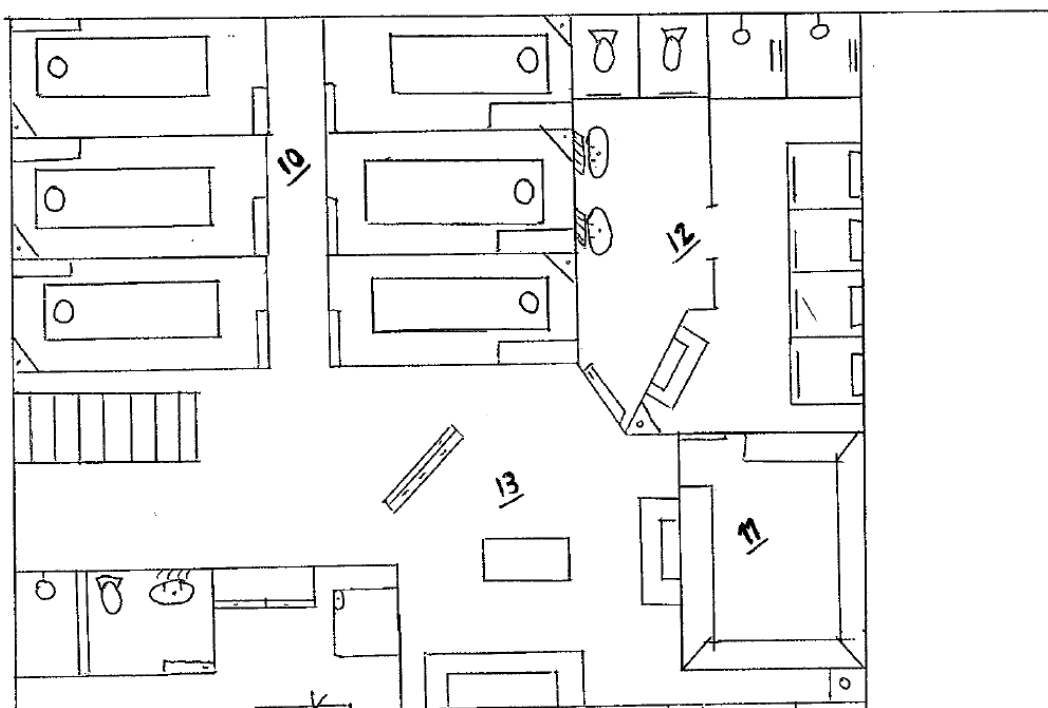
Figura 5.

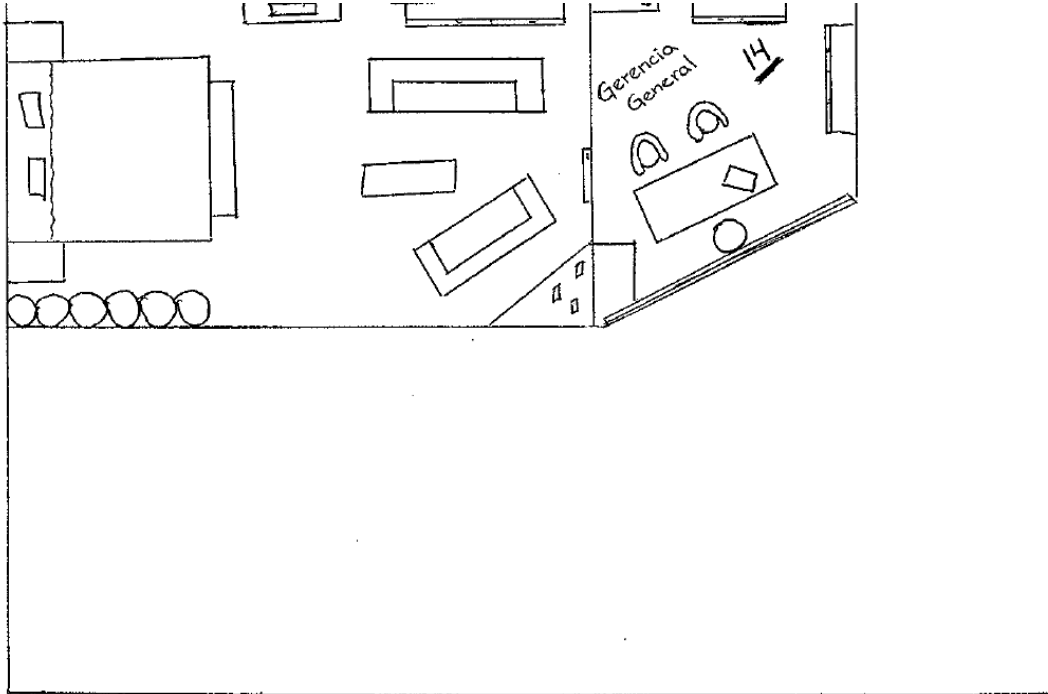


2do. Nivel.

10	Salas de Masaje
11	Baño Sauna
12	Sanitarios y Duchas
13	Sala de espera
14	Gerencia General

Figura 6.





3.7. Inventario y especificación de las obras

Este es el detalle general de los gastos que se realizarán para el proyecto, incluyendo los mobiliarios, equipos y materiales.

Cuadro 10.



Inventario de Mobiliario	Costos
3 escritorios de oficina	Q21,000.00
4 sillas de escritorios de oficina	Q2,000.00
2 sillas de espera de oficina	Q1,800.00
3 amueblados de sala	Q45,000.00
3 mesas de centro	Q3,000.00
3 mesas esquineras	Q1,500.00
1 amueblado de comedor p/7 personas	Q7,000.00
1 gabinete de cocina	Q12,000.00
5 sillas	Q3,000.00
8 sillas movibles para el salón	Q7,200.00
2 sillas de niños para cortar pelo	Q1,000.00
10 sillas estables para clientes	Q3,000.00
2 bancos pequeños	Q400.00
4 bancos altos	Q1,600.00
5 mesas estilo tocador	Q6,000.00
2 bancas de jardín	Q1,800.00
3 bancas largas de madera	Q1,500.00
10 gabinetes pequeños	Q7,000.00
5 modulares pequeños	Q2,500.00
35 espejos	Q24,500.00
otros	Q100,000.00
Total	Q252,800.00

Inventario de Equipos	Costos
4 computadoras	Q20,000.00
4 teléfonos	Q1,200.00
1 equipo de sonido con bocinas instaladas en todas las áreas	Q4,000.00
2 televisión	Q14,000.00
1 planta telefónica	Q4,000.00
2 secadoras de pelo de casco	Q16,000.00
1 lavadora	Q4,500.00
1 secadora de ropa	Q5,200.00
1 refrigeradora	Q8,000.00
1 lava trastos	Q3,500.00
2 lava cabezas	Q10,000.00
otros	Q80,000.00
Total	Q170,400.00

Inventario de Materiales	Costos
Materiales de oficina en los escritorios (engrapadora, tape, hojas, talonarios de facturas, lapiceros, clips, tijeras, goma, tinta, etc.)	Q1,500.00
8 tijeras profesionales	Q2,000.00
10 peines finos	Q700.00
10 peines	Q800.00
50 ganchos para pelo	Q250.00
15 brochas para tinte	Q600.00
10 gorras para base	Q250.00
400 ampollas	Q14,000.00
25 cremas	Q2,000.00
10 gorras para mechas	Q400.00
20 shampoos	Q600.00
15 acondicionadores	Q450.00
30 tintes	Q600.00
otros	Q52,650.00
Total	Q76,800.00

GRAN TOTAL	Q500,000.00
-------------------	--------------------

En lo que se refiere a compras físicas que se realizarán para el proyecto, está la compra del terreno y remodelaciones, así como construcciones de las áreas específicas.



3.8. Costos unitarios de los elementos de la obra

- Compra del terreno: Q1,000,000.00
- Construcción: Q800,000.00
- Remodelación: Q80,000.00
- Compra de insumos; equipos, mobiliarios y materiales: Q500,000.00

3.9. Costos totales de las obras

Total por el local: Q1,880,000.00

Total por el equipo: Q500.000.00

Capital para nómina inicial: Q66,500.00

Gran total: Q2,446,500.00

3.10. Negociación del proyecto para definir su fuente de financiamiento

Se efectuará un crédito hipotecario para la compra del terreno por medio del BAC con una tasa de interés mensual de 9.5% La garantía de dicho préstamo será el mismo terreno y será hecho a cinco años, tomando en cuenta el margen de utilidades proyectadas.

Para la construcción del edificio tendremos la aportación del 35% por parte de acreedores inversionistas, los cuales están interesados en el proyecto y confían en la rentabilidad proyectada a cinco años.



CAPÍTULO IV.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

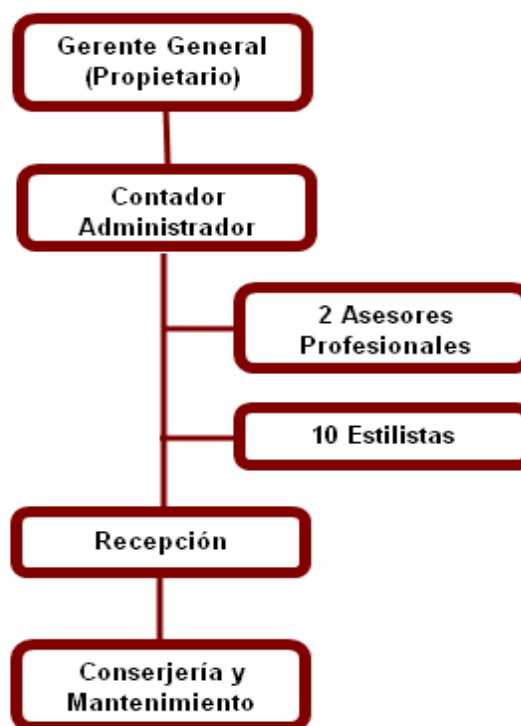
El Centro de Salón de Belleza y SPA será un lugar donde sus clientes se sientan confortables, seguros y muy satisfechos por los servicios. El orden será parte de lo que les refleje mucha seguridad. Para que las personas logren percibir sentidos de paz, de tranquilidad todo debe estar debidamente controlado, desde lo que se pueda observar, hasta lo que internamente se esté presentando. Tal es el tema que trata este estudio, ya que involucra el orden administrativo que llevaremos, así como el orden jerárquico correcto y adecuado. Señalando a su vez que esta empresa será individual.

4.1. Estructura administrativa de la empresa

El objeto que percibe realizar este estudio es cumplir cabalmente con las leyes que están regidas en el marco administrativo, que determinen la función de producción del servicio deseado. Es por ello que se toman los perfiles de cada persona a contratar para garantizar la ejecución de los objetivos de la empresa. El centro tendrá por nombre ASDANI Salón & SPA. A continuación se presenta el organigrama.

Figura 7.

Organigrama de la estructura administrativa



Dentro de los controles administrativos que se llevarán, están los siguientes libros contables:



1. Inventario de mercadería
2. Compras y ventas de mercadería
3. Diario, mayor, balance y estado de pérdidas y ganancias
4. Planilla de sueldos
5. Facturas

El libro Inventario se llevará con el propósito de tener un control estricto de las existencias y proyectar los pedidos de los productos que más movimiento tienen.

Se llevará control de las compras y ventas de cada mes siempre examinando nuevas opciones de proveedores, haciendo negociaciones constantes.

El libro de Diario, Mayor y Balances se llevarán como registros contables exigidos en la contabilidad, y de esta manera se tendrá el control de las operaciones diarias y el balance de las operaciones respectivas.

Así como los estados de pérdidas y ganancias, para conocer la rentabilidad del negocio.

La planilla de sueldos se llevará a cabo para el estricto control de salario de cada trabajador, ellos empezarán a pagar I.G.S.S. e I.R.T.R.A. a los dos meses de estar trabajando para el centro.

El control de horarios de entrada y salida de los empleados será marcado por su propia huella digital, diariamente con un sistema electrónico.

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



4.2. Descripción del perfil de puestos y funciones

En base al organigrama, se presentan los formatos para cada puesto de trabajo que se aplicará para la contratación.

Estos formatos de perfil de puestos detallan el nombre del puesto, el número de plazas para el puesto y una breve descripción del mismo.

Adicional exige conocimientos específicos, dependiendo del puesto. Incluye también horario de trabajo y estimación salarial.

Figura 8.

Perfil de puesto de Gerente General

NOMBRE DEL PUESTO	Gerente General	NUMERO DE PLAZAS	Única
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Administrar y ejecutar de forma eficiente las operaciones, cubriendo todos los recursos humanos para lograr las metas. Estableciendo políticas, objetivos y estrategias para maximizar la rentabilidad del Salón de Belleza y SPA.			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	Titulo de Licenciatura en Administración de Empresas		
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> *Administración de Cartera de Clientes *Gestión de atención de Salones de Belleza y SPA *Establecer políticas y estrategias *Maximizar la rentabilidad de negocios *Marketing estratégico 		
IDIOMAS	Español-Inglés		
EDAD	De 35 a 45 años		
ESTADO CIVIL	Casado (a)		
SEXO	Indistinto		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> *Planeación y organización *Cumplimiento de normas *Estricto control de procesos y tareas internas y externas *Logro de metas *Liderazgo 		
SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> *Actitud de servicio *Excelentes relaciones públicas *Dominio de temas del entorno 		
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> *Honestidad *Lealtad *Responsabilidad *Transparencia *Honradez 		
TECNICAS	<ul style="list-style-type: none"> *Habilidad numérica *Dominio del ramo a dirigir 		
SALARIO	Q16,000.00 Prestaciones de ley		
HORARIO	Lunes a viernes de 6:00 a 19:30 hrs. y Sábados y domingos de 7:30 a 18:00 hrs.		

Figura 9.

Perfil de puesto de Asesores de Imagen (1 mujer y 1 hombre)

NOMBRE DEL PUESTO	Asesor de Imagen	NUMERO DE PLAZAS	Dos
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Asesorar a los clientes sobre los servicios que pueden hacerse. El asesor(a) debe tener la firme convicción que la recomendación que está otorgando es la más adecuada y conveniente para el cliente. En base al historial de tratamientos realizados anteriormente, y con la base de datos ya obtenida, se facilitará la información adecuada para el cliente.			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	Titulo de Licenciatura en Asesoría de Imagen		
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	*Etiqueta *Ética profesional *Conocimientos internacionales de moda actual *Estética profesional *Conocimientos básicos de Psicología		
IDIOMAS	Español-Inglés		
EDAD	De 25 a 35 años		
ESTADO CIVIL	Indistinto		
SEXO	Femenino y Masculino		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	*Capacidad de asesorar a toda la cartera de clientes y Liderazgo *Don de convencimiento *Profesional y reconocimientos internacionales *Innovador (a) y exigente *Estrovertido (a)		
SOCIALES	*Actitud de servicio *Excelentes relaciones públicas *Dominio de temas del entorno		
VALORES	*Honestidad *Lealtad *Transparencia *Honradez		
TECNICAS	*Habilidad de observación *Dominio total del ramo a dirigir		
SALARIO	Q5,000.00 + horas extras. Prestaciones de ley		
HORARIO	Lunes a viernes de 6:00 a 19:30 hrs. y Sábados y domingos de 7:30 a 18:00 hrs.		

Figura 10.

Perfil de puesto de Contador Administrador

NOMBRE DEL PUESTO	Contador	NUMERO DE PLAZAS	Única
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Control total de los estados financieros de la empresa, balance general y facturación. Tiene a su cargo el personal de conserjería y mantenimiento para obtener resultados positivos.			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	Pénsum cerrado de Licenciatura de Contaduría Pública y Auditoría		
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> *Básicos de control de personal, RRHH *Auditoría interna *Leyes y derechos, código de trabajo *Control de libros 		
IDIOMAS	Español		
EDAD	De 30 a 35 años		
ESTADO CIVIL	Indistinto		
SEXO	Masculino		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> *Liderazgo *Capacidad de Evaluar personal *Etico *Creativo 		
SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> *Actitud de servicio *Excelentes relaciones públicas 		
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> *Honestidad *Lealtad *Responsabilidad *Transparencia *Honradez 		
TECNICAS	<ul style="list-style-type: none"> *Habilidades de soluciones 		
SALARIO	Q4,000.00 + horas extras. Prestaciones de ley		
HORARIO	Lunes a viernes de 8:00 a 17:00 hrs. y Sábados de 8:00 a 12:00 hrs.		

Figura 11.

Perfil de Conserjería y Mantenimiento (1 mujer y 2 hombres)

NOMBRE DEL PUESTO	Conserjería y Mantenimiento	NUMERO DE PLAZAS	Tres
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Cuidar y proteger las instalaciones del centro. Mantener limpio y cómodas todas las áreas. Estar debidamente con uniforme e identificación.			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	3ro. Básico		
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	*Seguridad *Jardineria *Limpieza		
IDIOMAS	Español		
EDAD	De 25 a 30 años		
ESTADO CIVIL	Casado (a)		
SEXO	1 Femenino y 2 Masculino		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	*Liderazgo *Creatividad *Iniciativas *Proactivos		
SOCIALES	*Actitud de servicio *Buenas relaciones públicas		
VALORES	*Honestidad *Lealtad *Responsabilidad *Transparencia *Honradez		
TECNICAS	*En cada una		
SALARIO	Q1,500.00		
HORARIO	Lunes a viernes de 6:00 a 19:30 hrs. y Sábados y domingos de 7:30 a 18:00 hrs.		

Figura 12.

Perfil de Recepción

NOMBRE DEL PUESTO	Secretaria Recepcionista	NUMERO DE PLAZAS	Única
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Atender la recepción principal del Salón de Belleza, así como cobrar y facturar. Con vocación al servicio y con una presentación intachable.			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	Estudios universitarios de Administración de Empresas o carrera afín.		
EXPERIENCIA	Mínimo 1 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	*Taquigrafía y ortografía *Excelente ortografía		
IDIOMAS	Español-Inglés		
EDAD	De 19 a 24 años		
ESTADO CIVIL	Soltera		
SEXO	Feminino		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	*Liderazgo *Dinámica *Creativa *Proactiva		
SOCIALES	*Actitud de servicio *Excelentes relaciones públicas		
VALORES	*Honestidad *Lealtad *Responsabilidad *Transparencia *Honradez		
TECNICAS	*Habilidad numéricas		
SALARIO	Q2,000.00 + horas extras. Prestaciones de ley		
HORARIO	Lunes a viernes de 6:00 a 19:30 hrs. y Sábados y domingos de 7:30 a 18:00 hrs.		

Figura 13.

Perfil de Estilistas Profesionales (9 mujeres y 1 hombre)

NOMBRE DEL PUESTO	Estilistas Profesionales	NUMERO DE PLAZAS	Diez
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO			
Atender las diferentes áreas tales como: salón de belleza; maquillaje, corte, tinte, peinados, manicure, pedicura, depilación también el área de SPA: masajes			
PERFIL DEL PUESTO			
FORMACIÓN	Cultoras de Belleza mínimo. Estudios universitarios.		
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	*Corte y color *Manicure y pedicura *Masajes y depilaciones *Cosmetología facial		
IDIOMAS	Español		
EDAD	20 a 30 años		
ESTADO CIVIL	Indistinto		
SEXO	9 Femenino y 1 Masculino		
COMPETENCIAS			
ADMINISTRATIVAS	*Liderazgo *Principios éticos *Creativos y proactivos *Dominio de otros productos y servicios *Experiencia en el extranjero		
SOCIALES	*Actitud de servicio *Excelentes relaciones públicas		
VALORES	*Honestidad *Lealtad *Responsabilidad *Transparencia *Honradez		
TECNICAS	*Moda *Innovaciones		
SALARIO	Q3,000.00 + horas extras. Prestaciones de ley		
HORARIO	Lunes a viernes de 6:00 a 19:30 hrs. y Sábados y domingos de 7:30 a 18:00 hrs.		

De acuerdo con los perfiles de cada persona, se estima el siguiente cuadro con salarios mensuales

Cuadro 11.

PERSONAL	Cuadro de salarios MENSUAL							
	SALARIO	BONO 14	AGUINALDO	BONIFICACION	DESCUENTO IGSS	CUOTA PATRONAL	PRESTACIONES DE LEY	TOTAL DE SALARIO MENSUAL
GERENTE	Q. 16,000.00	Q. 1,333.33	Q. 1,333.33	Q. 250.00	Q. 772.80	Q. 2,027.20	Q. 2,666.67	Q. 18,143.87
ASESOR DE IMAGEN 1	Q. 5,000.00	Q. 416.67	Q. 416.67	Q. 250.00	Q. 241.50	Q. 633.50	Q. 833.33	Q. 5,841.83
ASESOR DE IMAGEN 2	Q. 5,000.00	Q. 416.67	Q. 416.67	Q. 250.00	Q. 241.50	Q. 633.50	Q. 833.33	Q. 5,841.83
CONTADOR ADMINISTRATIVO	Q. 4,000.00	Q. 333.33	Q. 333.33	Q. 250.00	Q. 193.20	Q. 506.80	Q. 666.67	Q. 4,723.47
MANTENIMIENTO Y CONSERJERIA	Q. 1,500.00	Q. 125.00	Q. 125.00	Q. 250.00	Q. 72.45	Q. 190.05	Q. 250.00	Q. 1,927.55
MANTENIMIENTO Y CONSERJERIA	Q. 1,500.00	Q. 125.00	Q. 125.00	Q. 250.00	Q. 72.45	Q. 190.05	Q. 250.00	Q. 1,927.55
MANTENIMIENTO Y CONSERJERIA	Q. 1,500.00	Q. 125.00	Q. 125.00	Q. 250.00	Q. 72.45	Q. 190.05	Q. 250.00	Q. 1,927.55
RECEPCIONISTA	Q. 2,000.00	Q. 166.67	Q. 166.67	Q. 250.00	Q. 96.60	Q. 253.40	Q. 333.33	Q. 2,486.73
OPERACIONES	Q. 1,500.00	Q. 125.00	Q. 125.00	Q. 250.00	Q. 72.45	Q. 190.05	Q. 250.00	Q. 1,927.55
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
OPERACIONES	Q. 3,000.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 250.00	Q. 144.90	Q. 380.10	Q. 500.00	Q. 3,605.10
TOTAL PRESTACIONES	Q. 65,000.00	Q. 5,416.67	Q. 5,416.67	Q. 4,500.00	Q. 3,139.50	Q. 8,235.50	Q. 10,833.33	Q. 77,193.83

4.3. Marco legal y tributario del proyecto

Este proyecto se trabajará sobre una empresa individual, se inscribirá y registrará ante la SAT, en el régimen de pagos trimestrales del 31% sobre las ganancias netas ya que este régimen tiene la ventaja de llevar mejores controles y de evitarse cualquier percance con la SAT.

El marco legal del proyecto estará conformado de la siguiente manera; el proyecto es de comercio, por lo tanto se inscribirá ante el Registro Mercantil, con formulario para Empresas Individuales. Se registrarán libros contables y la Patente de Comercio ante el Registro Mercantil y ante la SAT.

En el Registro Mercantil se debe presentar un balance de apertura certificada por el contador de la empresa. También se deberá llenar el formulario de Inscripción para Empresa Individual que tiene un valor de Q2.00, y finalmente

cancelar Q175.00 de inscripción.

El Impuesto de Valor Agregado IVA es la diferencia entre IVA Crédito e IVA Débito (facturación recibida vrs. facturación emitida). Este impuesto se paga al mes siguiente del ejercicio terminado, y según las proyecciones de ventas de este proyecto, para el primer año el IVA por pagar asciende a Q21,265.41, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 12.

Determinación de Débito o Crédito Fiscal AÑO 1

	Neto	Servicios (sin iva)	IVA	Débito Fiscal	Crédito Fiscal
Ventas	Q 3,078,055.73	Q 2,748,264.05	Q 329,791.69	Q 21,265.41	Q .
Compras	Q 2,879,578.54	Q 2,571,052.27	Q 308,526.27		

Es importante saber que un proyecto por muy grande que sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes. Es por ello que la primera decisión jurídica que se adoptaría es el tipo de sociedad que operará la empresa y la forma de su administración.

- En el área de legislación sanitaria sobre los permisos por los desechos sólidos que éste pueda tener.
- Estudios de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.
- Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo del agua en determinadas zonas.
- Leyes que regulen la contratación de personal sindicalizado y de confianza, pago de utilidades al finalizar el ejercicio.



- Prestaciones sociales a los trabajadores, vacaciones, incentivos, seguridad social.

CAPÍTULO V.

ESTUDIO ASPECTOS AMBIENTALES

Descripción del entorno ambiental biótico y abiótico

Por la naturaleza del proyecto, es inevitable el contacto que tendrá con el medio ambiente en sus productos que se utilizarán. El impacto ambiental de estos productos con contenidos químicos en algunos casos son: peróxido, spray, espumas y decolorantes que se utilizarán para aplicar color en el cabello y mezclas para distintos tratamientos.

Identificación de desechos y residuos

Se tomará en cuenta que en los desechos y residuos se tendrá de dos categorías: a) envases: de tintes, tratamientos de mascarillas, de peróxido y decolorantes, para lo cual se tendrá un basurero especial de metal cerrado y especial para este tipo de residuos. Y b) alimentos: papel, plásticos, aluminios, para lo cual se tendrá un basurero para este tipo de residuos que evitará la expansión de los olores dentro del centro. Incluyendo la basura de los botes de basura de cada sanitario.

Definición de medidas de mitigación

Ruidos; durante esta fase la emisión de ruidos generada por las diferentes actividades y personal en el terreno es relevante pero por su lejanía de las vecindades no representa ningún impacto significativo. En el interior del centro, estarán diseñadas todas las áreas con divisiones de vidrio, tabla yeso y madera.



Olores; para extraer los olores tanto de comida como de productos químicos, productos naturales, etc., se mantendrán extractores escondidos de olores. Además en cada sanitario se tendrá también uno de éstos.

Desechos; para cada tipo de desecho se tendrá un recipiente o basurero especial para comida, plásticos, bolsas, cajas, papel, latas, cabello.

Estacionamiento; los vehículos de los empleados y de los clientes tendrán su lugar dentro del territorio del centro para no estropear la circulación vehicular exterior.

Ambiente laboral; Disponer de cómodas y amplias instalaciones para el bienestar de los empleados así como el buen desempeño de los mismos.

Alteración sistema vial; en la fase de movimientos de tierras, zanjeo y excavación para la construcción, no se alterará negativamente el sistema vial, pues todo se realizará internamente. Habrá agua potable municipal durante la construcción prestando este servicio la constructora.

Todos los empleados deberán conocer las normas mínimas de seguridad e higiene que se espera de ellos, con el objeto de evitar situaciones que puedan derivarse en riesgo a la salud humana o al ambiente, velando por utilizar sus equipos de seguridad y reportar todas aquellas situaciones que puedan conllevar riesgo de accidentes laborales o contaminación al medio ambiente. Se deberá hacer efectiva la señalización de los lugares donde se encuentran ubicados los extintores y aquellos implementos necesarios para combate de incendios y equipo de seguridad para el personal. Sabrán también que el único lugar para ingerir alimentos es el comedor, que previamente ha estado diseñado para ellos.

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)

CAPÍTULO VI.

ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se detallarán las inversiones que demandará el proyecto. Desde sus obras físicas; terrenos, construcciones, capital de trabajo hasta pérdidas operativas.

6.1. Inversión y costos del proyecto

Cuadro 13.

Cuadro de Inversion Inicial	
Inversión Fija	
Terrenos	1,000,000.00
Mejoras al local (construcción)	880,000.00
Mobiliario y equipo	500,000.00
Total	2,380,000.00
Inversión diferida	
Estudios de Mercado	2,000.00
Gastos de constitución	1,000.00
Tramites legales	800.00
Patentes	1,000.00
Total	4,800.00
Capital de Trabajo	
Efectivo	82,850.00
Inventarios	45,000.00
Total	127,850.00
Inversión total	2,512,650.00

En este cuadro se muestra la inversión inicial que se hará en el terreno, tanto para la construcción como para remodelación y acondicionamiento.

También se toma en cuenta varios aspectos como los gastos legales y el capital de trabajo. Como inversión inicial también estamos proyectando los gastos operativos para el funcionamiento del negocio, entre los cuales están principalmente sueldos, mantenimiento y servicios varios.

6.2. Análisis de Ingresos y Egresos

En los dos siguientes cuadros se encuentra el estimado del primer año, detallado por mes en ingresos y egresos mensual.

Primera parte – enero a junio –

Cuadro 14.

Proyección de Ingresos primer semestre

	Servicio	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
		ingreso	ingreso	ingreso	ingreso	ingreso	ingreso
1	Manicure	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00
2	Pedicure	Q 8,710.80	Q 8,710.80	Q 8,710.80	Q 8,710.80	Q 8,710.80	Q 8,710.80
3	Corte y tratamiento	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60
4	Mechas	Q 31,110.00	Q 31,110.00	Q 31,110.00	Q 31,110.00	Q 31,110.00	Q 31,110.00
5	Rayitos	Q 27,376.80	Q 27,376.80	Q 27,376.80	Q 27,376.80	Q 27,376.80	Q 27,376.80
6	Alisado permanente	Q 54,753.60	Q 54,753.60	Q 54,753.60	Q 54,753.60	Q 54,753.60	Q 54,753.60
7	Lavado y planchado	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00
8	Shampoo y sepillado	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 4,977.60
9	Peinado y maquillaje	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00
10	Depilación	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40
11	Masaje relajante	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00
12	Reflexologia	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60
13	Acupuntura	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60
14	Hidroterapia	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60
15	Masaje profesional	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00
16	Masaje reductor	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00
17	Aromaterapia	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 11,199.60
18	Sauna	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 4,355.40
TOTAL INGRESOS		Q 241,413.60	Q 241,413.60	Q 241,413.60	Q 241,413.60	Q 241,413.60	Q 241,413.60

Primera parte – enero a junio –

Cuadro 15.

Proyección de Egresos primer semestre

	Servicio	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
		egreso	egreso	egreso	egreso	egreso	egreso
1	Manicure	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00
2	Pedicure	Q 2,903.60	Q 2,903.60	Q 2,903.60	Q 2,903.60	Q 2,903.60	Q 2,903.60
3	Corte y tratamiento	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20
4	Mechas	Q 10,370.00	Q 10,370.00	Q 10,370.00	Q 10,370.00	Q 10,370.00	Q 10,370.00
5	Rayitos	Q 9,125.60	Q 9,125.60	Q 9,125.60	Q 9,125.60	Q 9,125.60	Q 9,125.60
6	Alisado permanente	Q 18,251.20	Q 18,251.20	Q 18,251.20	Q 18,251.20	Q 18,251.20	Q 18,251.20
7	Lavado y planchado	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,074.00
8	Shampoo y sepillado	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 1,659.20
9	Peinado y maquillaje	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00
10	Depilación	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80
11	Masaje relajante	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00
12	Reflexologia	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20
13	Acupuntura	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20
14	Hidroterapia	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20
15	Masaje profesional	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00
16	Masaje reductor	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 4,148.00
17	Aromaterapia	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 3,733.20
18	Sauna	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,451.80
TOTAL EGRESOS		Q 80,471.20	Q 80,471.20	Q 80,471.20	Q 80,471.20	Q 80,471.20	Q 80,471.20

Segunda parte – julio a diciembre –

Cuadro 16.

Proyección de Ingresos segundo semestre

	Servicio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
		ingreso	ingreso	ingreso	ingreso	ingreso	ingreso
1	Manicure	Q 7,000.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 8,555.56	Q 6,222.00	Q 7,777.78
2	Pedicure	Q 9,800.00	Q 8,710.80	Q 8,710.80	Q 11,977.78	Q 8,710.80	Q 10,888.89
3	Corte y tratamiento	Q 5,600.00	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 6,844.44	Q 4,977.60	Q 6,222.22
4	Mechas	Q 35,000.00	Q 31,110.00	Q 31,110.00	Q 42,777.78	Q 31,110.00	Q 38,888.89
5	Rayitos	Q 30,800.00	Q 27,376.80	Q 27,376.80	Q 37,644.44	Q 27,376.80	Q 34,222.22
6	Alisado permanente	Q 61,600.00	Q 54,753.60	Q 54,753.60	Q 75,288.89	Q 54,753.60	Q 68,444.44
7	Lavado y planchado	Q 7,000.00	Q 6,222.00	Q 6,222.00	Q 8,555.56	Q 6,222.00	Q 7,777.78
8	Shampoo y sepillado	Q 5,600.00	Q 4,977.60	Q 4,977.60	Q 6,844.44	Q 4,977.60	Q 6,222.22
9	Peinado y maquillaje	Q 10,500.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 12,833.33	Q 9,333.00	Q 11,666.67
10	Depilación	Q 4,900.00	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 5,988.89	Q 4,355.40	Q 5,444.44
11	Masaje relajante	Q 10,500.00	Q 9,333.00	Q 9,333.00	Q 12,833.33	Q 9,333.00	Q 11,666.67
12	Reflexología	Q 12,600.00	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 15,400.00	Q 11,199.60	Q 14,000.00
13	Acupuntura	Q 12,600.00	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 15,400.00	Q 11,199.60	Q 14,000.00
14	Hidroterapia	Q 12,600.00	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 15,400.00	Q 11,199.60	Q 14,000.00
15	Masaje profesional	Q 14,000.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 17,111.11	Q 12,444.00	Q 15,555.56
16	Masaje reductor	Q 14,000.00	Q 12,444.00	Q 12,444.00	Q 17,111.11	Q 12,444.00	Q 15,555.56
17	Aromaterapia	Q 12,600.00	Q 11,199.60	Q 11,199.60	Q 15,400.00	Q 11,199.60	Q 14,000.00
18	Sauna	Q 4,900.00	Q 4,355.40	Q 4,355.40	Q 5,988.89	Q 4,355.40	Q 5,444.44
TOTAL INGRESOS		Q 271,600.00	Q 241,413.60	Q 241,413.60	Q 331,955.56	Q 241,413.60	Q 301,777.78

Segunda parte – julio a diciembre –

Cuadro 17.

Proyección de Egresos segundo semestre

Servicio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
	egreso	egreso	egreso	egreso	egreso	egreso
1 Manicure	Q 2,333.33	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,851.85	Q 2,074.00	Q 2,592.59
2 Pedicure	Q 3,266.67	Q 2,903.60	Q 2,903.60	Q 3,992.59	Q 2,903.60	Q 3,629.63
3 Corte y tratamiento	Q 1,866.67	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 2,281.48	Q 1,659.20	Q 2,074.07
4 Mechas	Q 11,666.67	Q 10,370.00	Q 10,370.00	Q 14,259.26	Q 10,370.00	Q 12,962.96
5 Rayitos	Q 10,266.67	Q 9,125.60	Q 9,125.60	Q 12,548.15	Q 9,125.60	Q 11,407.41
6 Alisado permanente	Q 20,533.33	Q 18,251.20	Q 18,251.20	Q 25,096.30	Q 18,251.20	Q 22,814.81
7 Lavado y planchado	Q 2,333.33	Q 2,074.00	Q 2,074.00	Q 2,851.85	Q 2,074.00	Q 2,592.59
8 Shampoo y sepillado	Q 1,866.67	Q 1,659.20	Q 1,659.20	Q 2,281.48	Q 1,659.20	Q 2,074.07
9 Peinado y maquillaje	Q 3,500.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 4,277.78	Q 3,111.00	Q 3,888.89
10 Depilación	Q 1,633.33	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,996.30	Q 1,451.80	Q 1,814.81
11 Masaje relajante	Q 3,500.00	Q 3,111.00	Q 3,111.00	Q 4,277.78	Q 3,111.00	Q 3,888.89
12 Reflexología	Q 4,200.00	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 5,133.33	Q 3,733.20	Q 4,666.67
13 Acupuntura	Q 4,200.00	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 5,133.33	Q 3,733.20	Q 4,666.67
14 Hidroterapia	Q 4,200.00	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 5,133.33	Q 3,733.20	Q 4,666.67
15 Masaje profesional	Q 4,666.67	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 5,703.70	Q 4,148.00	Q 5,185.19
16 Masaje reductor	Q 4,666.67	Q 4,148.00	Q 4,148.00	Q 5,703.70	Q 4,148.00	Q 5,185.19
17 Aromaterapia	Q 4,200.00	Q 3,733.20	Q 3,733.20	Q 5,133.33	Q 3,733.20	Q 4,666.67
18 Sauna	Q 1,633.33	Q 1,451.80	Q 1,451.80	Q 1,996.30	Q 1,451.80	Q 1,814.81
TOTAL EGRESOS	Q 90,533.33	Q 80,471.20	Q 80,471.20	Q 110,651.85	Q 80,471.20	Q 100,592.59

Durante el primer año se estima que los ingresos están basados en el total de visitas esperadas por día, según estudio previo. Los precios están acorde al mercado actual (2009). Como estrategia se proyecta que para el año primero y segundo los precios serán los mismos. Incrementando el precio en un 10% de los precios actuales hasta el año tercero.

A continuación se detalla un resumen de los ingresos y egresos proyectados a cinco años. Tomando en cuenta únicamente las ventas (-) menos el costo de ventas.

Cuadro 18.

Proyección de ingresos y egresos por año

Año	Ingresos totales	Egresos totales
1	Q 3,078,055.73	Q 1,026,018.58
2	Q 3,621,333.33	Q 1,207,111.11
3	Q 4,302,144.00	Q 1,434,048.00
4	Q 5,258,176.00	Q 1,752,725.33
5	Q 6,555,192.75	Q 2,185,064.25
totales	Q 22,814,901.81	Q 7,604,967.27

Ganancia en operacion 5 años Q 15,209,934.54

Se puede observar que la utilidad bruta en ventas esperada es de Q15,209,934.54 durante los primeros cinco años.

En el siguiente cuadro se encuentra el estimado de los primeros cinco años, detallado por servicios de ingresos y egresos anuales.

Cuadro 19.

Proyección de Ingresos a 5 años

	Servicio	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
		ingreso	ingreso	ingreso	ingreso	ingreso
1	Manicure	Q 79,331.33	Q 93,333.33	Q 110,880.00	Q 135,520.00	Q 168,948.27
2	Pedicure	Q 111,063.87	Q 130,666.67	Q 155,232.00	Q 189,728.00	Q 236,527.57
3	Corte y tratamiento	Q 63,465.07	Q 74,666.67	Q 88,704.00	Q 108,416.00	Q 135,158.61
4	Mechas	Q 396,656.67	Q 466,666.67	Q 554,400.00	Q 677,600.00	Q 844,741.33
5	Rayitos	Q 349,057.87	Q 410,666.67	Q 487,872.00	Q 596,288.00	Q 743,372.37
6	Alisado permanente	Q 698,115.73	Q 821,333.33	Q 975,744.00	Q 1,192,576.00	Q 1,486,744.75
7	Lavado y planchado	Q 79,331.33	Q 93,333.33	Q 110,880.00	Q 135,520.00	Q 168,948.27
8	Shampoo y sepillado	Q 63,465.07	Q 74,666.67	Q 88,704.00	Q 108,416.00	Q 135,158.61
9	Peinado y maquillaje	Q 118,997.00	Q 140,000.00	Q 166,320.00	Q 203,280.00	Q 253,422.40
10	Depilación	Q 55,531.93	Q 65,333.33	Q 77,616.00	Q 94,864.00	Q 118,263.79
11	Masaje relajante	Q 118,997.00	Q 140,000.00	Q 166,320.00	Q 203,280.00	Q 253,422.40
12	Reflexologia	Q 142,796.40	Q 168,000.00	Q 199,584.00	Q 243,936.00	Q 304,106.88
13	Acupuntura	Q 142,796.40	Q 168,000.00	Q 199,584.00	Q 243,936.00	Q 304,106.88
14	Hidroterapia	Q 142,796.40	Q 168,000.00	Q 199,584.00	Q 243,936.00	Q 304,106.88
15	Masaje profesional	Q 158,662.67	Q 186,666.67	Q 221,760.00	Q 271,040.00	Q 337,896.53
16	Masaje reductor	Q 158,662.67	Q 186,666.67	Q 221,760.00	Q 271,040.00	Q 337,896.53
17	Aromaterapia	Q 142,796.40	Q 168,000.00	Q 199,584.00	Q 243,936.00	Q 304,106.88
18	Sauna	Q 55,531.93	Q 65,333.33	Q 77,616.00	Q 94,864.00	Q 118,263.79
TOTALES		Q 3,078,055.73	Q 3,621,333.33	Q 4,302,144.00	Q 5,258,176.00	Q 6,555,192.75

Cuadro 20.

Proyección de Egresos a 5 años

	Servicio	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
		egreso	egreso	egreso	egreso	egreso
1	Manicure	Q 26,443.78	Q 31,111.11	Q 36,960.00	Q 45,173.33	Q 56,316.09
2	Pedicure	Q 37,021.29	Q 43,555.56	Q 51,744.00	Q 63,242.67	Q 78,842.52
3	Corte y tratamiento	Q 21,155.02	Q 24,888.89	Q 29,568.00	Q 36,138.67	Q 45,052.87
4	Mechas	Q 132,218.89	Q 155,555.56	Q 184,800.00	Q 225,866.67	Q 281,580.44
5	Rayitos	Q 116,352.62	Q 136,888.89	Q 162,624.00	Q 198,762.67	Q 247,790.79
6	Alisado permanente	Q 232,705.24	Q 273,777.78	Q 325,248.00	Q 397,525.33	Q 495,581.58
7	Lavado y planchado	Q 26,443.78	Q 31,111.11	Q 36,960.00	Q 45,173.33	Q 56,316.09
8	Shampoo y sepillado	Q 21,155.02	Q 24,888.89	Q 29,568.00	Q 36,138.67	Q 45,052.87
9	Peinado y maquillaje	Q 39,665.67	Q 46,666.67	Q 55,440.00	Q 67,760.00	Q 84,474.13
10	Depilación	Q 18,510.64	Q 21,777.78	Q 25,872.00	Q 31,621.33	Q 39,421.26
11	Masaje relajante	Q 39,665.67	Q 46,666.67	Q 55,440.00	Q 67,760.00	Q 84,474.13
12	Reflexologia	Q 47,598.80	Q 56,000.00	Q 66,528.00	Q 81,312.00	Q 101,368.96
13	Acupuntura	Q 47,598.80	Q 56,000.00	Q 66,528.00	Q 81,312.00	Q 101,368.96
14	Hidroterapia	Q 47,598.80	Q 56,000.00	Q 66,528.00	Q 81,312.00	Q 101,368.96
15	Masaje profesional	Q 52,887.56	Q 62,222.22	Q 73,920.00	Q 90,346.67	Q 112,632.18
16	Masaje reductor	Q 52,887.56	Q 62,222.22	Q 73,920.00	Q 90,346.67	Q 112,632.18
17	Aromaterapia	Q 47,598.80	Q 56,000.00	Q 66,528.00	Q 81,312.00	Q 101,368.96
18	Sauna	Q 18,510.64	Q 21,777.78	Q 25,872.00	Q 31,621.33	Q 39,421.26
TOTALES		Q 1,026,018.58	Q 1,207,111.11	Q 1,434,048.00	Q 1,752,725.33	Q 2,185,064.25

Los egresos han sido calculados tomando en cuenta el margen de utilidad esperado (67%) sobre cada servicio. Esta utilidad está fundamentada en base al margen de comercialización de acuerdo al comportamiento de los precios de la competencia.

6.3. Recursos financieros para la inversión

Cuadro 21.
Calendario de inversiones

AÑO 0													COSTOS
MESES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Terreno	■												Q 1,000,000.00
Mejoras a terreno (construcción)			■	■	■	■	■	■	■				Q 880,000.00
Mobiliario y equipo									■	■			Q 500,000.00
Gastos de constitución			■	■	■	■	■	■					Q 1,000.00
Trámites legales			■	■	■	■	■	■					Q 800.00
Patentes			■	■	■	■	■	■					Q 1,000.00
Estudios de mercado										■	■	■	Q 2,000.00
AÑO 1													
Capital de trabajo	■												Q 127,850.00
													Q 2,512,650.00

Básicamente la inversión inicial se planea hacer durante el año 0, es decir, se tiene previsto cotizar en el sistema bancario diferentes opciones de créditos así como también la llegada de inversionistas que estén interesados en el proyecto.

6.4. Clasificación de costos en fijos y variables

Cuadro 22.
Costos fijos y variables MENSUAL

Clasificación de costos fijos y variables MENSUAL

Fijos			
Sueldos y salarios	Q	66,500.00	
Prestaciones legales	Q	11,083.33	
Gastos de comunicación (telefono, fax e internet)	Q	6,400.00	
Seguro de local	Q	3,250.00	
Depreciaciones (mob, eq de computo, etc)	Q	30,000.00	
Gastos de Local (agua y luz)	Q	1,200.00	Q 118,433.33
Variables			
Costo de Ventas	Q	85,501.55	
Gastos administrativos	Q	4,530.00	
Suministros de oficina	Q	1,500.00	
Insumos	Q	30,000.00	Q 121,531.55
totales			Q 239,964.88

6.5. Estados financieros proyectados a cinco años

6.5.1. Flujo de caja o efectivo proyectados. Resumen por año

Cuadro 23.

FLUJO DE CAJA O EFECTIVO PROYECTADO 5 AÑOS

años

Concepto	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas y servicios	Q -	Q 3,078,055.73	Q 3,621,333.33	Q 4,302,144.00	Q 5,258,176.00	Q 6,555,192.75
Total ventas		Q 3,078,055.73	Q 3,621,333.33	Q 4,302,144.00	Q 5,258,176.00	Q 6,555,192.75
Gastos						
Gastos de administración		Q 1,853,559.96	Q 1,946,237.96	Q 2,140,861.75	Q 2,354,947.93	Q 2,590,442.72
total gastos		Q 1,853,559.96	Q 1,946,237.96	Q 2,140,861.75	Q 2,354,947.93	Q 2,590,442.72
Inversión inicial	Q 2,512,650.00					
Utilidad en operación		Q 1,224,495.77	Q 1,675,095.38	Q 2,161,282.25	Q 2,903,228.07	Q 3,964,750.02
ISR (31%)		Q 379,593.69	Q 519,279.57	Q 669,997.50	Q 900,000.70	Q 1,229,072.51
Flujo neto de efectivo		Q 844,902.08	Q 1,155,815.81	Q 1,491,284.75	Q 2,003,227.37	Q 2,735,677.52

A continuación se presenta el detalle de los gastos que integran los gastos totales por mes, los cuales se reflejan en el rubro gastos de administración del flujo de caja por año.

Cuadro 24.

Detalle de Gastos

Sueldos y salarios	Q	66,500.00
Prestaciones legales	Q	11,083.33
Gastos de comunicación	Q	6,400.00
Seguro	Q	3,250.00
Depreciacion	Q	30,000.00
Gastos de Local	Q	1,200.00
Otros gastos administrativos	Q	4,530.00
Suministros de oficina	Q	1,500.00
Insumos	Q	30,000.00
totales por año	Q	154,463.33

6.5.2. Estado de resultados

Cuadro 25.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 5 AÑOS

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas y servicios	Q 3,078,055.73	Q 3,621,333.33	Q 4,302,144.00	Q 5,258,176.00	Q 6,555,192.75
(-) costo de ventas	Q 1,026,018.58	Q 1,207,111.11	Q 1,434,048.00	Q 1,752,725.33	Q 2,185,064.25
Ganancia bruta en ventas	Q 2,052,037.16	Q 2,414,222.22	Q 2,868,096.00	Q 3,505,450.67	Q 4,370,128.50
Gastos de operación					
Sueldos y salarios	Q 798,000.00	Q 837,900.00	Q 921,690.00	Q 1,013,859.00	Q 1,115,244.90
Otros gastos de personal	Q 132,999.96	Q 139,649.96	Q 153,614.95	Q 168,976.45	Q 185,874.09
Gastos de comunicación	Q 76,800.00	Q 80,640.00	Q 88,704.00	Q 97,574.40	Q 107,331.84
Seguros	Q 39,000.00	Q 40,950.00	Q 45,045.00	Q 49,549.50	Q 54,504.45
Depreciaciones	Q 360,000.00	Q 378,000.00	Q 415,800.00	Q 457,380.00	Q 503,118.00
Gastos de local (agua y luz)	Q 14,400.00	Q 15,120.00	Q 16,632.00	Q 18,295.20	Q 20,124.72
Otros gastos de administración (incluye sum. oficina)	Q 72,360.00	Q 75,978.00	Q 83,575.80	Q 91,933.38	Q 101,126.72
Insumos	Q 360,000.00	Q 378,000.00	Q 415,800.00	Q 457,380.00	Q 503,118.00
total gastos	Q 1,853,559.96	Q 1,946,237.96	Q 2,140,861.75	Q 2,354,947.93	Q 2,590,442.72
Utilidad en operación	Q 198,477.20	Q 467,984.26	Q 727,234.25	Q 1,150,502.74	Q 1,779,685.78
ISR (31%)	Q 61,527.93	Q 145,075.12	Q 225,442.62	Q 356,655.85	Q 551,702.59
Utilidad neta	Q 136,949.26	Q 322,909.14	Q 501,791.63	Q 793,846.89	Q 1,227,983.19

Utilidad neta total en 5 años **Q 2,983,480.11**

6.5.3. Balance General proyectado. Resumen por año

Cuadro 26.
Balance General proyectado por un año

Cuenta	año 0	año 1
ACTIVO		
CIRCULANTE		
Caja y bancos	Q 455,698.35	Q 844,902.08
FIJO		
Terrenos	Q 1,000,000.00	
Clientes	Q -	Q 3,078,055.73
Mercaderías	Q 100,000.00	Q 175,000.00
Mobiliario y equipo	Q 150,000.00	Q 1,200.00
DIFERIDO		
Papelería y útiles	Q -	Q 1,200.00
Gastos de organización	Q 4,800.00	Q -
SUMA DEL ACTIVO	Q 1,710,498.35	Q 4,100,357.82
PASIVO		
CIRCULANTE		
Proveedores	Q -	Q 1,303,633.44
Cuentas por pagar	Q -	Q 724,240.80
Prestamos por pagar	Q -	Q 885,060.00
Iva por pagar		Q 21,265.41
Impuestos por pagar	Q -	Q 3,520.35
DIFERIDO		
Reserva para prestaciones	Q -	Q 55,000.00
Provisiones	Q -	Q -
SUMA DEL PASIVO	Q -	Q 2,992,720.00
CAPITAL		
Capital autorizado y pagado	Q 1,710,498.35	Q 1,107,637.82
SUMA PASIVO Y CAPITAL	Q 1,710,498.35	Q 4,100,357.82

6.6. Evaluación financiera

Cuadro 27.

Calculo de Trema

1. Tasa de inflación estimada para 2009 = Fuente: Banco de Guatemala	5.50%
2. Tasa Activa Promedio para Quetzales = Fuente: Banco de Guatemala	15.35%
3. Tasa Libre de riesgo o premio, establecida por el proyectista	6.00%
Tasa de Rendimiento Esperada Minima Aceptada=	26.85%

Costo de capital promedio ponderado

CONCEPTO	APORTACION Q.	APORTACION %	COSTO DE CAPITAL	COSTO PONDERADO
Inversionistas	Q 880,000.00	0.35	26.85%	9.40%
Prestamo	Q 1,632,650.00	0.65	26.85%	17.45%
TOTAL	Q 2,512,650.00			26.85%

Se efectuará un crédito hipotecario para la compra del terreno por medio del BAC a una tasa del 9%. La garantía de dicho préstamo será el mismo terreno, será hecho a cinco años, y se tomará en cuenta el margen de utilidades proyectadas.

Para la construcción del edificio tendremos la aportación del 35% por parte de inversionistas, los cuales están interesados en el proyecto y confían en la rentabilidad proyectada a cinco años.

6.6.1. Establecer el Valor Actual Neto (VAN o VPN)

Cuadro 28.

AÑO	INVERSION	FNE	F.A. (26.85%)	FNEA
0	Q 2,512,650.00			
1		Q 844,902.08	0.78	Q 659,023.63
2		Q 1,155,815.81	0.62	Q 716,605.80
3		Q 1,491,284.75	0.49	Q 730,729.53
4		Q 2,003,227.37	0.34	Q 681,097.31
5		Q 2,735,677.52	0.30	Q 820,703.26
TOTAL				Q 3,608,159.51

$$\text{VAN} = \sum \text{FNEA} (-) \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 3,608,159.51 - 2,512,650.00$$

$$\text{VAN} = \quad \quad \quad \mathbf{Q \quad 1,095,509.51}$$

Según los cargos realizados, se estimó que los flujos netos de efectivo actualizados al año 0 proporcionan un VAN de Q1,095.509.51 positivo, aceptándose el proyecto.

6.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro 29.

AÑO	FNE
0	Q (2,512,650.00)
1	Q 844,902.08
2	Q 1,155,815.81
3	Q 1,491,284.75
4	Q 2,003,227.37
5	Q 2,735,677.52
TIR	45%

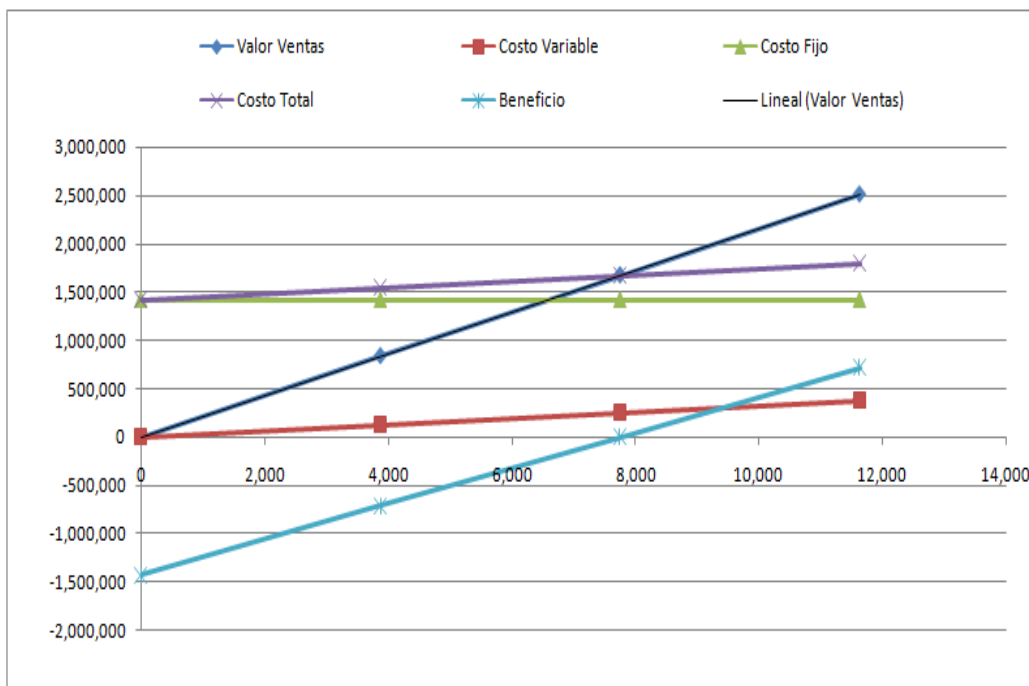
Se logró determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR), y se obtuvo que el proyecto cubre el requerimiento del 45%. Según este cálculo el proyecto es viable para invertir porque la TIR es mayor que la TREMA.

6.7. Punto de equilibrio

Cuadro 30.

Cálculo en base a la proyección del primer año de operaciones						
todos los servicios (18)		Nivel de Ventas	0	1/2 de PE	PE	2/3 de PE
Precio Venta U	215.56	Cant. Ventas	0	3,875	7,750	11,625
Costo Variable U	32.171	Valor Ventas	0	835,260	1,670,520	2,505,780
Costos Fijos T	1,421,199.96	Costo Variable	0	124,659.96	249,319.93	373,979.89
Pto. Equilibrio	7,750	Costo Fijo	1,421,200	1,421,200	1,421,200	1,421,200
	1,670,520	Costo Total	1,421,200	1,545,860	1,670,520	1,795,180
	(Unidades) Servicios	Beneficio	-1,421,200	-710,600	0	710,600
	(Monetario)					

Gráfica 9.



CONCLUSIONES

1. Se determinó que la demanda insatisfecha presente en el mercado es del 68% en el sector encuestado. El principal enfoque es el servicio a los clientes, de una manera práctica y profesional. La estrategia que tomará participación será la de la Asesoría Profesional personalizada que recibirán los clientes en cada servicio que deseen. También se cuidarán los precios, para estar siempre competitivos.
2. Debido al tamaño del centro, se contará con espacios amplios y ordenados. Además estará en una ubicación de tránsito vehicular y

peatonal, de fácil dirección. Los procesos de operación, técnicamente serán exactos y eficaces.

3. La estructura del estudio, es cumplir cabalmente con las leyes que están regidas en el marco administrativo, que determinen la función de producción del servicio deseado. En el área de Recursos Humanos, se tomarán los perfiles de cada persona a contratar, para garantizar la ejecución de los objetivos de la empresa. Así también en los controles administrativos que se llevarán están los siguientes libros contables que se emplearán: Inventario de mercadería, compras y ventas de mercaderías, diario, mayor, balance y estado de pérdidas y ganancias. El libro inventario se llevará con el propósito de tener un control estricto de las existencias y proyectar los pedidos de los productos que más movimiento tienen.
4. Se tomará en cuenta que en los desechos y residuos se tendrá de dos categorías: a) envases: de tintes, tratamientos de mascarillas, de peróxido y decolorantes, para lo cual se tendrá un basurero especial de metal cerrado y especial para este tipo de residuos. Y b) alimentos: papel, plásticos, aluminios, para lo cual se tendrá un basurero para este tipo de residuos que evitará la expansión de los olores dentro del centro. Incluyendo la basura de los botes de basura de cada sanitario.
5. Se determinó que existe la demanda para que este proyecto sea viable, proponiendo como principal objetivo el desarrollo y generación de empleo, contribuyendo a la economía del país. Dentro de los índices financieros, sus indicadores reflejan que es un proyecto rentable con una capacidad de atención profesional.



RECOMENDACIONES

1. Debido a que la idea de este proyecto ha surgido por la falta de atención en los distintos centros de belleza que existen hoy en día, se debe enfatizar tanto la atención como así también sobresalir en la asesoría

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)

que este proyecto ofrece y propone de manera innovadora. A razón de que este estudio es a nivel de perfil, para la ejecución se recomienda hacer un estudio de mercado con la realización de 380 encuestas para obtener información más exacta.

2. Por el tamaño de las instalaciones, se deberá evaluar el valor de terreno y construcción, al momento que el proyecto se ponga en marcha. Así también se recomienda hacer la construcción en una esquina, para no perder la estructura estratégica de cada área interna y tener vista en el ángulo de la avenida y calle.
3. La contabilidad debe ser estrictamente supervisada por un auditor independiente, debido a que los costos y gastos son elevados. Llevar un rígido control en las operaciones financieras del proyecto será útil y eficaz para la realización del mismo.
4. No se debe pasar por alto ningún régimen del ambiente. Por su ubicación, está rodeado de habitantes.
5. En vista que la demanda ha sido calculada en un período de cinco años, será mejor realizar evaluaciones financieras trimestrales para conocer el comportamiento. Así mismo el Estudio Financiero identificó que el proyecto es rentable, pero es necesario actualizar el estudio de mercado y rentabilidad cada seis meses, con la finalidad de realizar flujo de caja proyectado si hay variantes en los ingresos o los egresos para la reorientación del mismo.



BIBLIOGRAFÍA

Textos Bibliográficos

Benassini, Marcela. *Intruducción a la Investigación de Mercados*. Pearson Prentice Hall. 2004

Don Hellriegel, Susan E. Jackson y John W. Slocum Jr. *Administración; un enfoque basado en competencias*. Thomsom. 2003

Kothler y Armstrong (*Fundamentos de Marketing*. Pearson Prentice Hall. 2002

R. Wayne Mondy y Robert M. Noe). *Administración de Recursos Humanos*. Pearson Prentice Hall. 2001

Páginas de Internet

www.banquat.gob.gt, Banco de Guatemala. Tasa de inflación históricas y actuales. Fecha de consulta: agosto 2009.

www.estetique.com, Estética en Guatemala. Fecha de consulta: mayo 2009.

www.ine.gog.gt, Instituto Nacional de Estadística. Estadística y censos de población por zonas. Fecha de consulta: mayo 2009.

www.paginasamarillas.com, Páginas de Publicar, S.A. Proveedores de Salones de Belleza por zonas. Fecha de consulta: mayo 2009.

www.rebecana.com, Salón de Belleza y SPA Rebecana. Servicios. Fecha de consulta: junio 2009.

ANEXOS

Cuestionario utilizado para las encuestas realizadas

F M

Medición de aceptación de Salón de Belleza y Spa

Muy buenos días / tardes mi nombre es _____ y represento a una empresa de Investigación de Mercados. Estamos haciendo un estudio, por lo que quisiera me permita unos minutos de su tiempo. La información obtenida es para uso exclusivo de la empresa a la que represento y será completamente confidencial.

Codigo del entrevistado _____
Cuestionario No. _____

A. Me podría decir si usted o alguien de su familia trabaja en...?

Empresa que realiza encuestas	
Agencia de publicidad	
Salón de Belleza y SPA	

**SI CONTESTA EN CUALQUIERA DE LAS OPCIONES
AGRADECER Y TERMINAR**

1 Está usted satisfecho con el servicio que recibe actualmente?

SI 1 NO 2

Por qué _____

2 Qué es lo que (mas le gusta) o (más le disgusta) del servicio que recibe actualmente?

La atención	1
Los precios	2
Los resultados obtenidos	3
La variación de servicios	4
La decoración y ambientes del salón	5
La ubicación	6
La higiene	7
Otros	8

(el entrevistador leerá las opciones escritas en el cuestionario)

Otros: _____

3Cuál es el principal beneficio que le brinda el Salón de Belleza al que actualmente va?

economia	1
salud	2
atención	3
variación de serv.	4
cercanía (ubicación)	5

4 A que Salón de Belleza y/o SPA asiste actualmente?

Ubicación: _____ Zona: _____

5 Además de una atención personalizada, recibe una asesoría sobre el servicio que mejor le conviene hacerse?

1. SI

2. NO

6 Cree usted que es justo el precio que paga por los servicios que recibe actualmente en "_____?"

1. SI

2. NO porqué _____

7 Cambiaría el salón de belleza y/o SPA, por una que le dé mejores beneficios?

SI 1 NO 2

R/2 Agradecer y terminar.

8 En una urgencia; si encuentra cerrado el salón que va actualmente, a cual otro optaría por ir?

9 Qué característica(s) principal le gustaría encontrar en un Salón de Belleza & SPA nuevo?

Asesoría sobre imagen	1
Sofisticado y lujoso	2
Atención personalizada y guía sobre tratamientos	3
Utilización de productos profesionales	4
Asesoría de expertos en belleza	5
Cercanía (ubicación) céntrico, de fácil acceso	6
Moderno pero discreto	7
Amplio parqueo	8
Otros	9

(el entrevistador leerá las opciones escritas en el cuestionario)

10 Cuantas personas viven con usted?

11 Tiene hijos?

SI 1 NO 2

R/2 Pase a la pregunta 12

12 Con que frecuencia asisten al Salón de Belleza usted y su familia?

Cada semana 1 Cada mes 3

Cada quincena 2 No consume 4

13 Para usted y su familia busca un servicio que le dé beneficios y satisfacción?

Siempre Usualmente A veces De vez en cuando Nunca

14 Al momento de ir al Salón de Belleza y SPA, influye el precio?

Siempre Usualmente A veces De vez en cuando Nunca

15 Pagaría mas dinero por obtener una asesoria para la realización de tratamientos que le indiquen lo que mejor convenga a usted y su familia?

SI 1 NO 2 TALVEZ 3

16 De una escala de 1 a 10 cuanto cuida su apariencia fisica; cabello, cuerpo y maquillaje?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
poco ←————→ mucho

17 Si se abriera un nuevo Salòn de Belleza & SPA en Avenida Las Amèricas, que ofreciera gratis una indefinida aseoria profesional a todos sus clientes, le gustarìa ir a conocerlo con este innovador servicio que tiene como principal objetivo brindarle satisfacciòn?

SI 1 NO 2 TALVEZ 3 NO SE 4

Porque? _____

MUCHAS GRACIAS POR SUS RESPUESTAS!

Fecha _____

Entrevistó _____

Fecha _____

Supervisó _____

Tasa de crecimiento anual en Guatemala.

Población: Población
Población: Tasa de crecimiento
Población: Tasa de natalidad
Población: Tasa de mortalidad
Población: Tasa de migración neta

Afganistán
Akrotiri
Albania
Alemania
Andorra

Guatemala - Tasa de crecimiento (%)

Año	Tasa de crecimiento (%)
2000	2.63
2001	2.6
2002	2.57
2003	2.66
2004	2.61
2005	2.57
2006	2.27
2007	2.152
2008	2.11

Definición de Tasa de crecimiento: Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país. El porcentaje puede ser positivo o negativo. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo



en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. El rápido crecimiento demográfico puede ser visto como una amenaza por los países vecinos.

Información de los diferentes servicios.

Relajación

Relajados

Compartir con la pareja una mascarilla, masaje corporal o pedicura, es una experiencia diferente que les hará reír, relajarse y disfrutar el día.

Verse bien ya no es interés exclusivo del género femenino, cada día más hombres buscan resaltar sus atributos físicos y someterse a terapias contra el estrés. Para conveniencia de las mujeres, ahora no es un disparate la idea de ir juntos al salón de belleza o el spa, y los beneficios se multiplican ya que al dedicar un tiempo juntos para este tipo de actividades, también contribuye a fortalecer la relación por medio del lenguaje corporal, el cual llega a establecerse cuando la relación ha madurado², opina la psicóloga Doris Maldonado.

Si quieres intentarlo este Día del Cariño, te presentamos las sugerencias de esteticistas profesionales:



Pedicura:

Pueden empezar consintiendo sus pies con una pedicura, cuyo efecto relajante se debe al contacto con agua tibia y un masaje que va desde los dedos hasta la pantorrilla. Se recomienda hacerlo una vez al mes, para mantener las uñas sanas y retirar la resequedad en la planta de los pies. Los salones de belleza ofrecen también la

pedicura spa, que se caracteriza por la variación de los masajes, tratamientos hidratantes con parafina y guantes especiales para los pies.

Masaje tipo sueco:

No hay que olvidarse de consentir al cuerpo, para lo cual se sugiere una sesión de 45 minutos de masaje con reflexología en los pies, manos y rostro. En este caso se requiere el uso de aceite de sésamo, el cual nutre la piel y no es absorbido por los poros. La frecuencia de este tratamiento debería ser una vez por semana.



Limpieza facial:

El siguiente paso está enfocado en el cuidado del rostro, empezando con un análisis del cutis para aplicar el tratamiento adecuado y extraer las impurezas, grasa y células muertas. Los productos a utilizar dependen de cada tipo de piel y sus necesidades, pues los hay: rehidratantes, nutritivos o curativos. Las personas con problemas de acné deben someterse a esta rutina cada 15 días, mientras una piel normal puede hacerlo de uno a cada

tres meses.

Manicura:

Después de arreglarse los pies pueden poner atención en sus manos. Una manicura spa hidrata la piel y contribuye a una mejor presentación de las uñas. Se sugiere que las mujeres se lo hagan cada 15 días y el hombre una vez al mes, aplicando un protector mate en sus uñas.



Mascarilla hidratante:

Teniendo el rostro limpio es conveniente el uso de una crema apropiada a cada tipo de cutis, para combatir la deshidratación provocada por la exposición al medio ambiente y el paso del tiempo. Estos tratamientos deben hacerse una vez al mes, cada 15 días o cada semana, dependiendo del caso. La mascarilla se deja en el rostro de 20 a 30 minutos y posteriormente se retira con agua tibia.

Dermo Relax:

Especialmente recomendado si tú o tu pareja sufren demasiado estrés. Este consiste en un masaje mecánico para quitar la tensión y aliviar las inflamaciones musculares debido al efecto dérmico de las vibraciones. Mientras la persona se introduce en este aparato, similar a un saco de dormir, la masajista hace con sus dedos una leve presión en diferentes áreas del rostro. Su efecto es de total relajación.



Vishy shower:

Consiste en aplicar sobre todo el cuerpo una mezcla preparada con elementos cítricos y del Mar Muerto. El procedimiento incluye una exfoliación previa y la mascarilla puede ser de barro, espirulina o algas. Transcurrida media hora, el tratamiento se retira con seis duchas tipo spa.

Peinado y maquillaje:

Independientemente del peinado, secar el cabello es necesario para dar una mejor apariencia. Aplícate siempre un humectante labial y, si quieres lucir más fresca y joven, usa un maquillaje con tonos naturales.



Depilación masculina:

Ahora es momento de prepararse para lucir una imagen atractiva. Darle forma a la barba o retirarla, es indispensable. Para esto se recomienda someter el rostro al calor de vapor antes de extraer los vellos del rostro, con lo cual se abren los poros y disminuyen las probabilidades de una infección.

Alejandra

Cardona

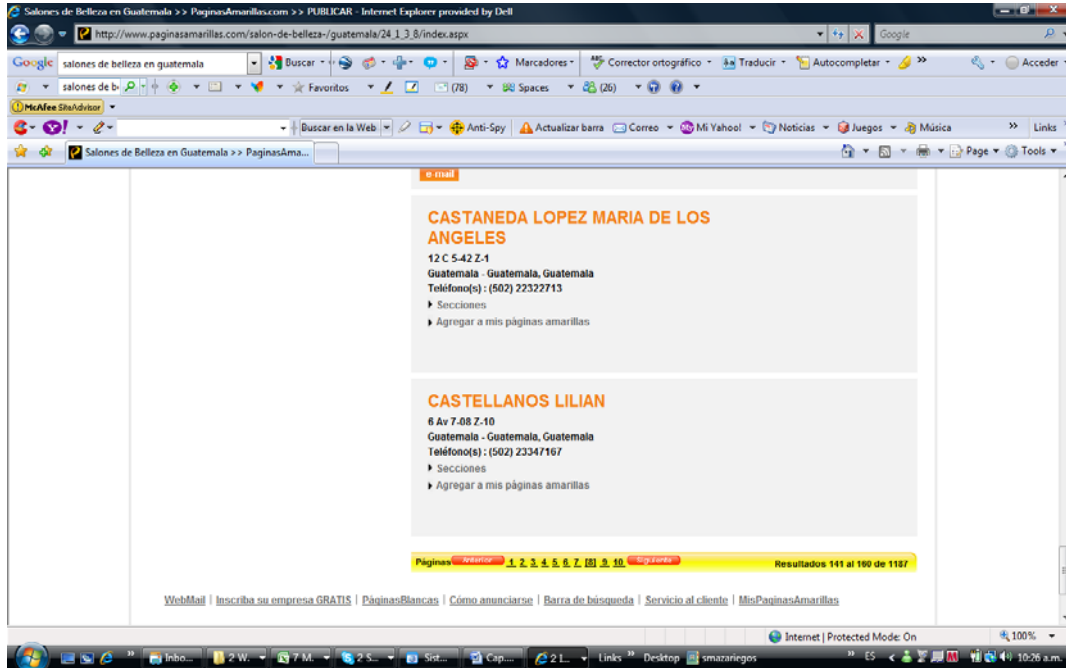
Fotos:

Julieta

Ordóñez.

Fuentes: Esteticistas: Lupita González y Mildred Calderón, de Rebecana El Spa. El ABC de la belleza femenina, de Rosa González, Ediciones Temas de Hoy, S. A. Modelos: Jeanette Jensen y Sebastián Valls, de Elenco Casting, teléfono: 2363-0750. Maquillaje, peinado, tratamientos de belleza y locación: Rebecana El Spa, Galerías Miraflores, teléfonos: 2470-8312 al 16.

Información sobre los Salones de Belleza existentes en Guatemala





GLOSARIO

Canal de *marketing* directo:

Canal de *marketing* que no tiene niveles de intermediarios.

Canal de *marketing* indirecto:

Canal que contiene uno o más niveles de intermediarios.

Comercialización:

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien al consumidor final. Sin embargo, la comercialización no se debe interpretar tan sólo como la transferencia de productos hasta manos del consumidor.

Costos fijos:

Costos que no varían con el nivel de producción o de ventas

Costos totales:

Suma de los costos fijos y variables de un nivel determinado de producción.

Costos variables:

Costos que varían en proporción directa con el nivel de producción.

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



Datos primarios:

Información que se recaba para cumplir un propósito específico.

Datos secundarios:

Información que ya existe en alguna parte por haberse recabado para algún otro fin.

Demandas:

Deseos humanos respaldados por el poder de compra.

Estrategia de *marketing*:

Lógica de *marketing* con la cual las unidades de negocio esperan alcanzar sus objetivos de *marketing*.

Marketing:

Proceso mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes.

Mercado:

Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Mercado meta:

Conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes y a los cuales la compañía decide servir.

Muestra:

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)



En una investigación de mercado, segmento de la población seleccionado para representar a toda la población.

SPA:

Servicios que ofrecen diversas versiones urbanas de los mismos, buscan sintetizar los ofrecidos originalmente en unas Villas de Bélgica llamados "SPAU", a las que la gente iba a curarse de ciertos males. Rápidamente en concepto se propagó por Europa y en algún momento, el nombre perdió su última letra para ser conocido como SPA, término al que actualmente se atribuye el término "Salute Per Aqua", que significa "Salud a través del agua".

Tasa de Corte o Costo de Capital:

Es un porcentaje estimado para costear el valor del dinero en el tiempo por medio de la VAN, TIR.

Tasa Interna de Retorno (TIR):

La TIR es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado y está definida como la tasa de interés que reduce a cero el VAN. En términos económicos la tasa interna de retorno representa la rentabilidad exacta del proyecto.

Valor Actual Neto (VAN):

Es el resultado al restar los flujos descontados de cada año con la inversión.

