

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 87

21.1

FECHA	jueves, 15 de junio de 2023
--------------	-----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 FUSAGASUGÁ

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Cabezas Morales	Deisy Alejandra	1003559591
Tautiva Rodríguez	Stefany Lorena	1007782997

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Merchán Hernández	María Eugenia

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 87

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO BEAUTY “ESPECIALISTAS EN IMAGEN”, EN LA CIUDAD DE FUSAGASUGÁ

SUBTÍTULO
(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN	
INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
07/06/2023	77


DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Estudio de mercado	Market research
2. Estudio técnico	Technical study
3. Estudio administrativo	Administrative study
4. Estudio financiero	Financial study
5. Estudio legal	Legal study

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Alcaldía de Fusagasugá: POT (plan de organización territorial) Fusagasugá – Cundinamarca. [consultado el 2022]. Disponible en: [Fusagasugá \(fusagasuga.gov.co\)](http://fusagasuga.gov.co)

Analítica: detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.analitica.com/emprendimiento/noti-tips/detallan-tendencias-mercado-belleza-colombia/>.

Analítica: detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.analitica.com/emprendimiento/noti-tips/detallan-tendencias-mercado-belleza-colombia/>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 87

Ana Carolina Gómez Murcia Sala de belleza y estética carolina Gómez [sitio web] [consultado 2023] <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/6504/T04493.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Angulo Perdomo, Juanita. el diseño de cargos en la organizacion moderna: diplomado gestión de desarrollo [en línea]. los Angeles: universidad de la sabana, 2004. [consultado el 2023]. Disponible en: <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4352/131145.pdf?sequence=1>.

Andrade, Simón. Diccionario de economía. tercera edición.: editorial Andrade, p. ISBN 245 y 246.

Añez, jileana. web y empresas: ¿Qué es el Estudio Técnico de un proyecto? [sitio web]. : , 2022. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.webyempresas.com/estudio-tecnico-de-un-proyecto/>.

Avanza en tu carrera.com. [sitio web]. [consultado el 2022]. Disponible en: Especialista en imagen personal: estética y belleza (avanzaentucarrera.com).

Código de comercio, . artículo 515 del Código de Comercio [en línea]. : , 2023. [consultado el 2023]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Tramites-registrales/Que-es-un-establecimiento-de-comercio>.

Colorimetría capilar [sitio web] [consultado 2023]


https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17498/Esquerre_MYL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Construyendo autoestimas, femineidades y cuerpos a través de la moda en Bogotá [sitio web] <https://core.ac.uk/download/pdf/86438518.pdf>

Conexión esan, evaluación económica y financiera de proyectos [sitio web].: esan, 2016. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/evaluación-Económica-y-financiera-de-proyectos#:~:text=El%20economista%20mexicano%20Jorge%20Garc%C3%ADa%20Hoyos%20se%20C3%B1ala%20que,del%20capital%20social%20aportado%20para%20financiar%20un%20proyecto>.

Diaz, Erika Lizzetti. idocub: estudio administrativo y legal del proyecto [sitio web].: , 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://idoc.pub/documents/estudio-administrativo-y-legal-del-proyecto-d49o91197649>.

Doria, Patricia. Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens. [online]. 2012, n.42 [citado 2023-04-30], pp.101-106. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400008&lng=es&nrm=iso. ISSN 1853-3523.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PÁGINA: 4 de 87

Economipedia [sitio web], 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: segmentación por edad (economipedia.com).

El tiempo, El negocio de las peluquerías en Bogotá: Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990. En: *el tiempo.com*. Bogotá. 2014. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14208735>

Estética facial estudio asistido por ordenador [sitio web] [consultado 2023]
<https://seorl.net/PDF/cabeza%20cuello%20y%20plastica/150%20-%20principios%20de%20estética%20facial.%20estudio%20asistido%20por%20ordenador.pdf?boxtype=pdf&g=false&s=false&s2=false&r=wide>

Española, real academia. diccionario de la lengua española. 23. España: 2014. ISBN.

F. Javier Girela Tendencias: qué son, quién las decide y cuánto duran [sitio web]
<https://www.revistagq.com/moda/articulo/tendencias-que-son-comos-se-deciden-cuanto-duran>

Grupo Atico34 Ética profesional. Definición, funciones y ejemplos [sitio web]
<https://protecciondatos-lopd.com/empresas/etica-profesional/>

Guio Aguilar, E. (2015). Del arte a la experiencia estética: Interpretación y efectos cognitivos en la función estética. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1171/te.1171.pdf>

Gil, José María. Codirector: Moretti, Héctor Alberto Tesis presentada para la obtención del grado de Doctor en Filosofía [sitio web] [consultado el 2023] disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1171/te.1171.pdf>.

Inyira [sitio web], 2011. [consultado el 2022]. Disponible en: Métodos, técnicas y fuentes de recolección de datos | inyira (wordpress.com).

Kotler, Philip y Gary, Armstrong. Fundamentos de marketing. Octava edición: Pearson education México, 2008. 88 p. ISBN.

La república: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año [sitio web]. Bogotá: diario la república, 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año (larepublica.co).

Ley 1258 de 2008 31 sentencias, 21 artículos doctrinales, 8 noticias

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 87

Lifeder [sitio web], 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: lifeder.com/competencia-indirecta/
lifider (lifeder.com).sitio web; www.lifeder.com/competencia-indirecta/.

Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera económica social ambiental. quinta.: mm, 2005. p. ISBN

Ostroff, Frank. La organizacion horizontal : la forma que transformara radicalmente el desempeno de las organizaciones del siglo xxi [en línea]. los Angeles: Oxford University Press, 1999. [consultado el 2023]. Disponible en: https://books.google.com.co/books/about/LA_ORGANIZACION_HORIZONTAL_LA_FORMA_QUE.html?id=xC6gAAAACAAJ&redir_esc=y.

Renata Virginia González-Consuegra1 • Diana Carolina Pérez-Valderrama1 • Luisa Fernanda Valbuena-Flor1 [sitio web] <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v64n2/v64n2a08.pdf>.

Rosa Marí Ytarte . ¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación. Gedisa. 2007 [sitio web] <http://www.terras.edu.ar/biblioteca/27/27Cultura-y-diversidad-cultural.pdf>.


SIERRA 1, 14 Principios de Henry Fayol, “apmen” 2019, <https://asociacionmetal.com/los-14-principios-hfayoladministrar,empresa/#text=Fayol%20dispone%20que%20los%20empleados,de%20manera%20justa%20e%20imparcia>

Solano, Marlon. prezi: estudio ambiental de un recto de inversión [sitio web].: esan, 2017. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://prezi.com/ezc6xmt0k7vk/estudio-ambiental-de-un-proyecto-de-inversion/>.

Studocu [sitio web]. universidad el salvador: el salvador, 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-de-el-salvador/psicologia-pedagogica/la-investigacion-descriptiva/15968833>.

Vilar, Consol. Consol Vilar: imagen personal comunicación corporativa [sitio web]. c/Vilarós 3-5, 08022 Barcelona: Imagen personal & profesional, 24 noviembre, 2015. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.consolvilar.com/contacto/>.

Vernieri, María Julia. Adolescent psychology [en línea]. : Bonum, 2006. [consultado el 2022]. Disponible en: https://books.google.com/books/about/Adolescencia_y_autoestima.html?id=OScABwE5FREC.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 87

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El proyecto BEAUTY especialistas en imagen busca establecer un negocio en el sector de la belleza en Fusagasugá. Se realiza un estudio de factibilidad para evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto. El mercado de belleza en Colombia muestra un crecimiento significativo, lo que hace que la idea de negocio sea atractiva para los inversionistas.

Se considera el comportamiento de los consumidores en el sector de la belleza, destacando la tendencia de los consumidores mayores a querer ser tratados como personas jóvenes y la importancia de la inclusión y diversidad en los productos y servicios.


Para garantizar la viabilidad del proyecto, se utilizarán herramientas como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, marco legal, estudio financiero y evaluación de factores ambientales, económicos y sociales.

Los servicios ofrecidos por BEAUTY especialistas en imagen incluyen maquillaje, colorimetría, manicure y pedicure, asesoría de imagen y tratamiento para la pediculosis.

Se busca cubrir una amplia gama de necesidades de los clientes en el área de la belleza y cuidado personal, brindando servicios de calidad mediante el uso de productos especializados y personal capacitado. La estrategia es atraer y fidelizar clientes a través de una variedad de servicios y una atención enfocada en la higiene y salud.

The BEAUTY Image Specialists project aims to establish a business in the beauty sector in Fusagasugá. A feasibility study is being conducted to assess the viability and profitability of the project. The beauty market in Colombia is showing significant growth, making the business idea attractive to investors.

Consumer behavior in the beauty sector is taken into consideration, highlighting the trend of older consumers wanting to be treated as young individuals and the importance of inclusion and diversity in products and services.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 87

To ensure the project's viability, tools such as market research, technical analysis, administrative study, legal framework, financial analysis, and evaluation of environmental, economic, and social factors will be utilized.

The services offered by BEAUTY Image Specialists include makeup, color analysis, manicures and pedicures, image consulting, and treatment for pediculosis.

The aim is to cover a wide range of customer needs in the beauty and personal care area by providing quality services using specialized products and trained staff. The strategy is to attract and retain customers through a variety of services and a focus on hygiene and health.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN		
<p>Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.</p> <p>En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":</p>		
AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	X	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 87

3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 87

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO _X_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 10 de 87

Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. MONOGRAFÍA (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 11 de 87

ESTABLECIMIENTO BEAUTY "ESPECIALISTAS EN IMAGEN", EN LA CIUDAD DE FUSAGASUGÁ)	
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
DEISY ALEJANDRA CABEZAS MORALES	
STEFANY LORENA TAUTIVA RODRIGUES	

21.1-51-20.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO BEAUTY
“ESPECIALISTAS EN IMAGEN”, EN LA CIUDAD DE FUSAGASUGÁ

DEISY ALEJANDRA CABEZAS MORALES
CÓDIGO 110218213
STEFANY LORENA TAUTIVA RODRIGUEZ
CÓDIGO: 110218728

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
OPCIÓN DE GRADO
FUSAGASUGÁ
2023

MONOGRAFÍA (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO BEAUTY “ESPECIALISTAS EN IMAGEN”, EN LA CIUDAD DE FUSAGASUGÁ)

DEISY ALEJANDRA CABEZAS MORALES
CÓDIGO: 110218213
STEFANY LORENA TAUTIVA RODRIGUEZ
CÓDIGO: 1102187287

MONOGRAFÍA

TUTORA
MARÍA EUGENIA MERCHÁN HERNÁNDEZ
ADMINISTRADORA FINANCIERA Y DE SISTEMAS

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES.
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2023

TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO BEAUTY “ESPECIALISTAS EN IMAGEN”, EN LA CIUDAD DE FUSAGASUGÁ. ÁREA: EMPRENDIMIENTO.

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Fusagasugá, 15 de mayo 2023

DEDICATORIA

Stefany Tautiva: Esta monografía la dedico primero a Dios, ya que Él me dio la salud y la capacidad para poder desarrollar este trabajo. Agradezco a mi abuela por ser la mujer que me crio y me hizo crecer como la mujer orgullosa que soy hoy en día, a mi esposo por ser mi principal apoyo en mi vida académica y a mis profesores por haberme formado como la profesional que seré. Les doy las gracias y les dedico esta monografía, junto con el esfuerzo y el amor que entregué al ejecutarla.

Deisy Cabeza: Esta tesis está dedicada primeramente a Dios, ya que sin Él no hubiera sido posible. Agradezco a mi compañera y más que compañera, amiga, por darme la oportunidad de trabajar junto a ella durante este proceso y no solo en este proyecto, sino también en el transcurso de esta hermosa carrera. También quiero agradecer a mi pareja, amigos y profesores que estuvieron pendientes del proceso.

TABLA DE CONTENIDO

1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	22
1.1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	22
1.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	22
2. OBJETIVOS	23
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	24
3.2 FORMULACIÓN	24
4. JUSTIFICACIÓN.....	25
5. MARCOS DE REFERENCIA	27
5.1. CONCEPTUAL	27
5.2. TEÓRICO	31
6. DISEÑO METODOLÓGICO.....	34
6.1. METODOLOGÍA	34
6.2. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
6.3. RECURSOS.....	39
7. ESTUDIO DE MERCADO.....	39
7.1. ENTORNO INTERNO Y EXTERNO	39
7.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	41
7.3. ANÁLISIS DE ENCUESTAS A CLIENTES.....	41
7.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	49

7.5. COMPETENCIA DIRECTA.....	49
7.6. COMPETENCIA INDIRECTA – PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	50
7.7. SERVICIOS OFRECIDOS.....	51
7.7.1. Descripción del servicio.....	52
7.7.2. Prestación del servicio.....	52
7.7.3. Canales de distribución.	53
7.7.4. Pronóstico de ventas (método utilizado).....	54
8. ESTUDIO TÉCNICO.....	57
8.1. TAMAÑO	57
8.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (POT FUSAGASUGÁ- CUNDINAMARCA)	57
8.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	57
8.3.1. Identificación y selección de la propuesta de valor.	57
8.3.2. Diagramas de flujo.....	57
8.3.3. Listado de equipos o activos fijos.....	58
8.3.4. Lista de adecuaciones.....	60
8.3.5. Distribución del establecimiento	60
8.3.6. Ejemplo fichas técnicas maquinaria.	61
9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	63
9.2. ORGANIGRAMA	65
9.3. BASES DE DATOS Y SOFTWARES	66
9.4. PUESTO (DESCRIPCIÓN).....	67
10. ESTUDIO FINANCIERO.....	71
10.1. IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DEL SERVICIO.....	71
10.2. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS.....	73
10.3. TABLA DE DEPRECIACIÓN	73
10.4. INVERSION DEL PROYECTO.....	74

10.5. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y COSTOS	74
10.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	75
10.7. ANALISIS DE INDICADORES FINANCIEROS	76
11. ESTUDIO LEGAL	77
11.1 TIPO DE SOCIEDAD.....	77
11.2. ASPECTO LEGALES EN LA CONSTITUCIÓN DE LAS EMPRESAS	78
11.3. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS.....	85

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Información demográfica municipio de Fusagasugá.....	35
Ilustración 2. Momento de curso de vida.	36
Ilustración 3. Personas por hogar.	36
Ilustración 4. Estratos.	37
Ilustración 5. Formula tamaño de muestra.....	38
Ilustración 6 Datos estadísticos negocios de las peluquerías en Colombia..	40
Ilustración 7. Canal de distribución directo.	53
Ilustración 8. Tendencia en el tiempo 1.	55
Ilustración 9. Tendencia en el tiempo 2.	56
Ilustración 10. Distribución del establecimiento.	60
Ilustración 11. Matriz CANVA.....	64
Ilustración 12. Organigrama horizontal.	66
Ilustración 13. Logo plataforma Simple.	66
Ilustración 14. Logo plataforma CompuTrabajo.	67
Ilustración 15. Logo redes sociales.....	67

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Información poblacional de la ciudad de Fusagasugá.	34
Tabla 2. Pregunta 1.	42
Tabla 3. Pregunta 2	43
Tabla 4. Pregunta 3	44
Tabla 5. Pregunta 4	44
Tabla 6. Pregunta 5	45
Tabla 7. Pregunta 6.	46
Tabla 8. Pregunta 7.	46
Tabla 9. Pregunta 8.	47
Tabla 10. Pregunta 9.	48
Tabla 11. Pregunta 10.	48
Tabla 12 Comparación de la competencia 1.....	49
Tabla 13. Comparación de competencia 2.	50
Tabla 14. Productos sustitutos.....	50
Tabla 15. Descripción del servicio.	52
Tabla 16. Precios de la competencia.....	52
Tabla 17. Precio para ofertar en BEAUTY “especialista en imagen”	53
Tabla 18. Punto de equilibrio ponderado.	54
Tabla 19. Punto de equilibrio.	54
Tabla 20. Patrón de tendencia en el tiempo	55
Tabla 21. Diagrama de flujo.....	58
Tabla 22. Listado de Equipos o activos fijos.....	58
Tabla 23. Lista de adecuaciones.	60
Tabla 24. Ficha técnica maquinaria.	61
Tabla 25. Descripción de puesto.....	68
Tabla 26. Mano de obra.....	69
Tabla 27. Mano de obra 2.....	69
Tabla 28. Mano de obra 3.....	70
Tabla 29. Identificación de Costos del servicio	72
Tabla 30. Determinación de los gastos.....	73
Tabla 31. Tabla de depreciación 1.....	74
Tabla 32. Gastos organizacional.....	74
Tabla 33. Presupuestos de ingresos y de costos.....	75
Tabla 34. Flujo de caja proyectado	75
Tabla 35. Indicadores de rentabilidad.....	76

1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Estudio de factibilidad para la creación del establecimiento BEAUTY “especialistas en imagen” en la ciudad de Fusagasugá.

1.1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva.

2. OBJETIVOS

Considerando que los estudios de factibilidad para proyectos de inversión requieren la realización de al menos cinco estudios y la respuesta a cada uno de ellos, esta monografía presenta un objetivo general y cinco objetivos específicos para cada uno de los estudios que conforman la formulación de proyectos. Esta propuesta se basa en la revisión de investigaciones previas y en los formatos previstos para la formulación y evaluación de proyectos, los cuales difieren de la teoría de planes de negocios.

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación del establecimiento BEAUTY “especialistas en imagen” en la ciudad de Fusagasugá.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda que van a tener los servicios que se van a ofrecer de peluquería y asesoría de imagen en la ciudad de Fusagasugá.

Realizar un estudio técnico que permita analizar y diseñar la estructura y localización de la idea de negocio para obtener el mayor beneficio posible de estas.

Diseñar un estudio administrativo para establecer las necesidades de personal, equipo y material administrativo.

Realizar un estudio financiero donde se defina las necesidades financieras y de activos necesarios para que el proyecto de inversión funcione, sea viable y rentable.

Establecer el marco legal para definir las normas que rigen los servicios que se van a ofrecer en la idea de negocio.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Se pretende satisfacer la demanda de las personas que buscan mejorar su apariencia física y aumentar su autoestima, mejorar la calidad de vida, mediante la creación de un establecimiento comercial que ofrezca servicios de asesoría de imagen y acompañamiento al cliente en la ciudad de Fusagasugá.

3.2 FORMULACIÓN

¿Es viable desarrollar la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen en la ciudad de Fusagasugá?

Con el objetivo de determinar la viabilidad de crear el establecimiento, BEAUTY especialistas en imagen en la ciudad de Fusagasugá, es necesario llevar a cabo un estudio de factibilidad que tome en cuenta diferentes aspectos, como la demanda del mercado, la competencia, los recursos necesarios, los costos, la rentabilidad, la normatividad y los riesgos asociados.

Es fundamental analizar la población objetivo que tendría el negocio, los hábitos de consumo de los posibles clientes y su capacidad de pago. Asimismo, es importante realizar un análisis de la competencia en la zona, para determinar los tipos de servicios de asesoría de imagen y acompañamiento que ofrecen, sus precios y la calidad de estos. Además, se debe considerar los recursos necesarios para poner en marcha el negocio, como el capital, el personal y la infraestructura.

Una vez que se tenga una idea clara de los aspectos mencionados anteriormente, se deberán elaborar los diferentes estudios que componen una factibilidad, detallando todas las áreas de la empresa, desde la estrategia de marketing hasta la proyección de los estados financieros. De esta manera, se podrá evaluar si la idea de negocio es viable en todos los aspectos corporativos.

4. JUSTIFICACIÓN

Para realizar una inversión de capital en el sector de la belleza del municipio de Fusagasugá, es necesario llevar a cabo un estudio de factibilidad detallado y riguroso que permita evaluar la viabilidad del proyecto BEAUTY especialistas en imagen.

Mediante la aplicación de la formulación de proyectos se determinará la necesidad de un establecimiento físico, que brinde servicios de asesoría de imagen y acompañamiento al cliente, que demanda estos servicios. Es fundamental considerar aspectos como la competencia en la zona, la disponibilidad de los recursos necesarios, los costos asociados y los riesgos inherentes a la inversión.

Respecto al factor humano, la formación y experiencia de los responsables del proyecto es un factor clave para el éxito del negocio, igualmente, es necesario evaluar si se cuenta con el personal y la capacidad administrativa necesarios para llevar a cabo la idea de negocio.

Según la agencia euromonitor, “Colombia es el cuarto mercado de belleza y cuidado personal más grande de Latinoamérica, representando 3.5 mil millones de dólares en 2018, solo por detrás de Argentina, México y Brasil, que encabeza la lista con el 48,6% del negocio del sector en la región, equivalente a 30.3 mil millones de dólares”.¹ con estas cifras del mercado colombiano que presenta euromonitor se analiza que la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen, incursiona en un mercado con una demanda fuerte en el país con altas posibilidades de aumento en cifras en relación con el PIB. Se considera que, con este crecimiento, la idea sea viable y atractiva para cualquier inversionista.

Otra justificación, es el comportamiento de los consumidores en el área de la belleza, un artículo reciente describe los diferentes tipos de consumidores presentes en este sector, lo que permitirá determinar las estrategias adecuadas de mercado, distribución, promoción y publicidad para el éxito de la idea de negocio como afirma John Jiménez, “Por siempre jóvenes: los límites de la vejez se desplazan y las personas no quieren ser segmentadas por la edad. Los consumidores mayores quieren ser tratados como personas jóvenes. Estamos viendo como algunos consumidores del segmento baby boomers son adictos a la tecnología y a los dispositivos. Esto les da la facilidad de entender mejor las propiedades y bondades de productos y marcas cosméticas”.² Tendencia unisex e inclusión: las empresas que nacen del insight plantean que “todos somos humanos y no queremos etiquetas”. La consecuencia es que los alimentos, la ropa, los cosméticos, los centros de diversión y turismo, entre otros sectores en Colombia son más incluyentes y diversos”.³ Esto le permite, entender el comportamiento de la población a la que ira dirigida los servicios y generar estrategias que permitan participar activamente en el mercado.

Para garantizar la viabilidad del proyecto, se utilizarán diversas herramientas de estudio, entre las cuales se incluyen:

¹ Analítica: detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022].

² Detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022].

³ Detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022].

- Estudio de mercado: Análisis de la demanda del mercado, competidores, tendencias y oportunidades de crecimiento.
- Estudio técnico: Evaluación de los recursos técnicos necesarios, procesos productivos y tecnologías disponibles.
- Estudio administrativo: Definición de la estructura organizacional, funciones y responsabilidades, y políticas internas.
- Marco legal: Identificación de las regulaciones y normativas aplicables al negocio.
- Estudio financiero: Análisis de los costos y gastos del proyecto, así como la determinación de la inversión requerida y los ingresos proyectados.
- Evaluación de factores ambientales, económicos y sociales: Consideración de los impactos del proyecto en el medio ambiente, la comunidad y la economía local.

Al utilizar estas herramientas, se podrá realizar un análisis exhaustivo que permita tomar decisiones informadas y asegurar la viabilidad del proyecto a largo plazo

Los servicios a ofertar en la idea de negocio son:

- Maquillaje
- Colorimetría
- Manicure y pedicure
- Asesoría de imagen
- Tratamiento para la pediculosis (piojos) de manera profesional.

Estos servicios, plantean cubrir una amplia gama de necesidades de los clientes en el área de la belleza y cuidado personal para la población de Fusagasugá. El maquillaje y la colorimetría pueden ser una gran opción para aquellos que buscan resaltar su belleza natural o crear un estilo único y personalizado. Por otro lado, el servicio de manicure y pedicure puede ayudar a los clientes a mantener sus uñas en óptimas condiciones. Además, la asesoría de imagen puede ser un gran recurso para aquellos que necesitan ayuda para encontrar su estilo y mejorar su apariencia general. El tratamiento para la pediculosis, se marcará como un servicio estrella, por ser una problemática común en la población, difícil de tratar sin la ayuda de un profesional. Al ofrecer este servicio, se puede brindar una solución efectiva y segura.

Además de ofrecer una amplia variedad de servicios, BEAUTY especialistas en imagen buscará la calidad, utilizando productos especializados y contando con personal altamente capacitado. Se buscará garantizar que los clientes reciban un excelente servicio que cumpla con las expectativas y necesidades en general. La combinación de una amplia variedad de servicios de calidad y la atención a la higiene y la salud puede ser una excelente estrategia para atraer y fidelizar clientes en el mercado de la belleza y cuidado personal en Fusagasugá.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1. CONCEPTUAL

El marco conceptual proporciona un modelo explicativo de lo que el investigador pretende estudiar, este marco muestra la definición de una serie de categorías o términos que se utilizan a lo largo de la investigación.

El marco conceptual de la monografía es centrado en la descripción de los términos del título, para incorporar a los lectores en el contexto de la formulación de proyectos y no ampliar más información dado que allí se resume el centro de la investigación.

El título de la monografía ‘‘Estudio de factibilidad para la creación del establecimiento BEAUTY ‘‘especialistas en imagen en la ciudad de Fusagasugá’’, está centrado en la formulación y evaluación de proyectos, por ende, se han identificado los siguientes conceptos relacionados con la investigación.

Asesor de imagen

Como afirma celeste Marleto ‘‘La asesoría en imagen es un servicio profesional que tiene como objetivo ayudar a las personas a mejorar su apariencia física y proyectar una imagen positiva y adecuada en diferentes situaciones y contextos sociales. La asesoría en imagen puede incluir recomendaciones sobre ropa, maquillaje, peinado, cuidado personal y comportamiento social, entre otros aspectos de la imagen personal’’⁴

Autoimagen

Como afirma Vernieri ‘‘la autoimagen es la aceptación positiva, de lo que se refleja a otros, que está basada en la apariencia personal y el cuidado que se tiene de sí mismo’’.⁵

Belleza

Como afirma Gil, José María, Moretti, Héctor Alberto ‘‘La belleza es un concepto subjetivo que se refiere a la cualidad de algo o alguien que produce una experiencia estética placentera. En el contexto de la imagen personal, la belleza se asocia con la armonía, proporción y simetría del rostro y el cuerpo, así como con el estilo y la personalidad’’⁶

Colorimetría

Como afirma Esquerre Mendoza, Yrma Lucía ‘‘La colorimetría es una ciencia que trata sobre el estudio y desarrollo del color la cual genera valores numéricos mediante una escala. Los profesionales de belleza lo utilizan mediante el círculo o estrella cromática que es un elemento importante donde se sitúan desde los colores primarios y sus derivados’’⁷

Cultura

⁴ Construyendo autoestimas, femineidades y cuerpos a través de la moda en Bogotá [sitio web]

⁵ Vernieri, María Julia. Adolescent psychology [en línea]. : Bonum, 2006. [consultado el 2022].

⁶ Guio Aguilar, E. (2015). Del arte a la experiencia estética: Interpretación y efectos cognitivos en la función estética. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica.

⁷ Colorimetría capilar [sitio web] [consultado 2023]

Como afirma Rosa Marí Ytarte “La cultura se refiere al conjunto de valores, creencias, costumbres, normas, conocimientos, tradiciones, arte y otras formas de expresión humana que caracterizan a una sociedad o grupo social específico. La cultura no es algo estático, sino que está en constante evolución y cambio a lo largo del tiempo, y es transmitida de generación en generación”.⁸

Cuidado de la piel

Como afirman Renata Virginia González, Diana Carolina Pérez-Valderrama, Luisa Fernanda Valbuena-Flor “el cuidado de la piel se refiere a la práctica de mantener la piel limpia, hidratada y saludable mediante el uso de productos y técnicas adecuados. La piel es el órgano más grande del cuerpo humano y juega un papel importante en la protección del cuerpo contra los elementos externos y en la regulación de la temperatura corporal”.⁹

Diversidad

Como afirma Rosa Marí Ytarte “la diversidad se refiere a la variedad de rasgos, características y perspectivas que existen en una sociedad o grupo social. La diversidad puede ser cultural, étnica, lingüística, religiosa, sexual, entre otras, y puede influir en las formas en que las personas interactúan entre sí y en cómo se organizan las sociedades.”¹⁰

Ética profesional

“La ética profesional se define como un conjunto de normas y valores morales que los profesionales de un determinado sector deben respetar durante el ejercicio de su profesión.”¹¹

Especialista

Como afirma la © Real Academia Española un especialista es “Que cultiva, practica o domina una determinada disciplina, materia o actividad. Utilizado también como sustantivo La defendió un especialista en derecho civil. Es especialista en botánica, en política exterior, en Borges, en explosivos”.¹²

Especialista en imagen personal

Un especialista en el ámbito de la imagen personal será el encargado de **identificar las necesidades del cliente** y transformarlas en una realidad. Esta realidad puede ser en forma de **ropa, calzado, maquillaje, peinado, etc.** También se ocupará de la venta y comercialización de productos cosméticos y servicios de cuidado.¹³

Establecimiento de comercio

⁸ Rosa Marí Ytarte . ¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación. Gedisa. 2007 [sitio web]

⁹ Renata Virginia González-Consuegra1 • Diana Carolina Pérez-Valderrama1 • Luisa Fernanda Valbuena-Flor1 [sitio web]

¹⁰ Rosa Marí Ytarte . ¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación. Gedisa. 2007 [sitio web]

¹¹ Grupo Atico34 Ética profesional. Definición, funciones y ejemplos [sitio web]

¹² Española, real academia. diccionario de la lengua española. 23. España: 2014. ISBN.

¹³ Avanza en tu carrera.com. [sitio web]. [consultado el 2022].

Como afirma el Código de Comercio “el establecimiento de comercio como un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales”.¹⁴

Estética

Como afirma Mijares Gil, Alejandro “La estética es una rama de la filosofía que se enfoca en el estudio de la belleza y la percepción de las sensaciones estéticas. La estética se ocupa de la creación, la apreciación y el análisis de las obras de arte, la belleza en la naturaleza y la percepción estética en general”.¹⁵

Estudio de factibilidad

Como afirma Miranda “El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa preoperativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto”.¹⁶

¹⁴ codigo de comercio, . artículo 515 del Código de Comercio [en línea]. : , 2023. [consultado el 2023].

¹⁵ Mijares gil, Alejandro. La estetica y la humanidad. Acta odontol. venez [online]. 2006, vol.44, n.1 [citado 2023-04-30], pp.139-141.

¹⁶ Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera económica social ambiental. quinta.: mm, 2005. p. ISBN

Industria de la belleza

Como afirma Espinosa, M. F. “la industria de la belleza es un sector económico que engloba a empresas y profesionales que se dedican a la producción, distribución y venta de productos y servicios relacionados con la imagen personal, la cosmética, la estética, el cuidado del cabello, entre otros. Esta industria abarca una amplia variedad de subsectores, que incluyen desde grandes empresas de productos cosméticos y de cuidado personal, hasta pequeñas empresas locales de servicios de belleza, como peluquerías, salones de manicura y spas. La industria de la belleza es considerada un sector en constante crecimiento y evolución, impulsado por las tendencias en moda y belleza, así como por la demanda de los consumidores por productos y servicios que les ayuden a mantener una imagen personal cuidada y atractiva”¹⁷

Imagen personal

Como afirma Consol Vilar la Imagen personal es “el reflejo de nosotros mismos. La imagen personal eres tú. Y tu imagen habla por ti. La imagen personal transmite información a través de los códigos: imagen externa. expresión. saber estar/habilidades sociales. Actitud”.¹⁸

Maquillaje

Como afirman Sabella Aguirre Moreno, Kelly Giraldo Duque “el maquillaje es una técnica que se utiliza para mejorar la apariencia física de una persona, mediante la aplicación de cosméticos y productos de belleza en el rostro y otras partes del cuerpo. El maquillaje se puede utilizar para resaltar los rasgos faciales, ocultar imperfecciones, corregir problemas de pigmentación, crear efectos de luz y sombra, y crear diferentes looks y estilos”¹⁹

Moda

Como afirma DORIA, Patricia “la moda es un fenómeno social y cultural que se refiere a la tendencia en el estilo y diseño de ropa, accesorios, calzado y otros artículos relacionados con la vestimenta. La moda es un elemento importante de la cultura y ha sido utilizado como una forma de expresión y comunicación a lo largo de la historia.”²⁰

Tendencias

Según F. Javier Girela “En moda, una tendencia es la repetición de un patrón. Según una ley no escrita, se suele considerar que cuando vemos ese patrón repetido tres veces en un periodo corto de tiempo, hemos dado con una tendencia”²¹

Visagismo

Como afirman Alberto Encinas Vicente, Ximena Belen Araujo Piedra, Esteban Scola Pliego “El visagismo es una técnica de diseño y asesoría de imagen personal que tiene como objetivo encontrar un equilibrio entre la apariencia física de una persona y su personalidad, estilo de vida, gustos y necesidades.”²².

¹⁷ Espinosa, M. F. (2018). El negocio de la belleza. Editorial Planeta.

¹⁸ Vilar, Consol. Consol Vilar: imagen personal comunicación corporativa [sitio web]. c/Vilarós 3-5, 08022 Barcelona: Imagen personal & profesional, 24 noviembre, 2015. [consultado el 2022].

¹⁹ Sabella Aguirre Moreno Kelly Giraldo Duque, los accesorios y el maquillaje como factor de la moda en el mundo y su comportamiento en Colombia. [sitio web]

²⁰ DORIA, Patricia. Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens. [online]. 2012, n.42 [citado 2023-04-30], pp.101-106.

²¹ F. Javier Girela Tendencias: qué son, quién las decide y cuánto duran [sitio web]

<https://www.revistagq.com/moda/articulo/tendencias-que-son-como-se-deciden-cuanto-duran>

²² Estética facial estudio asistido por ordenador [sitio web] [consultado 2023]

5.2. TEÓRICO

Para el estudio de factibilidad, el marco teórico está centrado en las teorías de formulación y evaluación de proyectos y los componentes que determinan la viabilidad. La formulación de proyectos está integrada por cinco estudios comprendiendo: Mercados, administrativo, legal, técnico y financiero.

Inicialmente es importante identificar el tipo de investigación que se utilizará para centrar el proceso de investigación.

En este marco teórico se listarán los conceptos de cada uno de estos procesos y de los estudios que son necesarios para identificar la viabilidad.

Análisis de la demanda.

Como afirma Simón Andrade “Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”.²³

La investigación descriptiva.

Como afirman Marlon Ernesto Arriola Gómez, Cesar Ulises Salazar López, Rafael Adolfo Paniagua Córdova. “La investigación descriptiva está dirigida a entender temas o problemas actuales a través de un proceso de recolección de datos que les permite describir la situación de manera más completa de lo que era posible sin emplear este método”.²⁴

²³ Andrade, simón. diccionario de economía. Tercera edición.: editorial Andrade, p. ISBN 245 y 246.

²⁴ Studocu [sitio web]. universidad el salvador: el salvador, 2021. [consultado el 2022].

Estudio de mercado

Como afirman Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización “. ²⁵

Precios

Como afirman Philip Kotler y Gary Armstrong "la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" ²⁶

Servicio

Como afirman Kotler, Bloom y Hayes "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico". ²⁷

Estudio administrativo

Como afirma Diaz, Erika Lizzetti “ Este estudio permite realizar una revisión general de los procesos administrativos, pero su principal rol en la formulación de proyectos es la identificación de la estructura organizacional. Este estudio, representa uno de los aspectos más importantes dentro de un plan de negocio, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores”. ²⁸

Estudio legal

Como afirma Añez, Jileana “El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales”. ²⁹

Estudio técnico

²⁵ Kotler, Philip; Bloom, Paul y Hayes, Thomas. el marketing de servicios profesionales. primera.: ediciones Paidós ibérica S.A, 2004. 88 p. ISBN.

²⁶ Kotler, Philip y Gary, Armstrong. Fundamentos de marketing. Octava edición: Pearson education México, 2008. 88 p. ISBN.

²⁷ Kotler, Philip, Bloom, Paul y Hayes, Thomas. El marketing de servicios profesionales: Editorial Paidós SAICF, 2004, Págs. 9 y 10.

²⁸ Diaz, Erika Lizzetti. idocub: estudio administrativo y legal del proyecto [sitio web]. : , 2019. [consultado el 2022]

²⁹ Diaz, Erika Lizzetti. idocub: estudio administrativo y legal del proyecto [sitio web].: , 2019. [consultado el 2022].

Como afirma Añez, Jileana “El estudio técnico de un proyecto es un proceso utilizado para examinar y predecir los precios futuros de los valores observando cosas como el movimiento de precios, gráficos, tendencias, volumen de negociación y otros factores”.³⁰

Evaluación financiera

Como afirma Jorge García Hoyos “la evaluación financiera es un análisis que se hace con fines de lucro, o de tipo empresarial, que tiene por objeto medir la eficiencia del capital social aportado para financiar un proyecto. Se le denomina indistintamente como evaluación financiera, evaluación del capital social o evaluación del empresario”.³¹

Estudio ambiental

Como afirma Solano, Marlon “Se define como un estudio de evaluación, descripción y determinación de impactos de los aspectos físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos, culturales en el área de influencia del proyecto, con la finalidad de determinar las condiciones existentes, capacidades del entorno, analizar el ecosistema, prever los riesgos directos e indirectos, indicando las medidas de prevención y las de control”.³²

³⁰ Añez, Jileana. web y empresas: ¿Qué es el Estudio Técnico de un proyecto? [sitio web]. : , 2022. [consultado el 2022].

³¹ Conexión esan,. esan: evaluación económica y financiera de proyectos [sitio web].: esan, 2016. [consultado el 2022].

³² Solano, Marlon. prezi: estudio ambiental de un recto de inversión [sitio web].: esan, 2017. [consultado el 2022].

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. METODOLOGÍA

El estudio de factibilidad BEAUTY “especialistas en imagen” utilizó el tipo de investigación descriptiva que permite recolectar de manera práctica y clara, la información necesaria para ejecutar el proyecto, como afirman los autores Marlon Ernesto Arriola Gómez, Cesar Ulises Salazar López, Rafael Adolfo Paniagua Córdova. “La investigación descriptiva está dirigida a entender temas o problemas actuales a través de un proceso de recolección de datos que les permite describir la situación de manera más completa de lo que era posible sin emplear este método”.

6.2. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las fuentes primarias son las publicaciones y trabajos hechos por personas o instituciones que han recolectado directamente los datos, en esta investigación se recurría a herramientas de recolección de datos como la encuesta a posibles clientes, la observación especialmente a competidores y la entrevista con algunos proveedores.

Las fuentes de datos secundarias son las publicaciones y trabajos hechos por personas o entidades que no han recolectado directamente la información. Estas fuentes se centrarán en bases de datos y cifras del DANE y la alcaldía municipal de Fusagasugá.

6.3. TÉCNICAS DE MUESTREO Y DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Para la determinación de la población objetivo, se entrevistaron proveedores y especialistas con experiencia en el área, y se identificó que la población a la que está dirigida la idea de negocio está compuesta por:

Niños y adolescentes desde que nacen hasta los 17 años (responsables de los niños y adolescentes son los que pagarían los servicios).

Mujeres y hombres desde los 18 años en adelante.

Con esta información se seleccionó una población focalizada especialmente en las mujeres que en este momento lideran la demanda de estos servicios, esto sin excluir el termino metrosexual, que ubica al hombre que se preocupa por tener una imagen cuidada y moderna.

En la siguiente tabla se mostrará la selección de la población objetivo con ayuda de información secundaria de la página del DANE y apoyada en el fundamento que la mujer lidera los principios de belleza.

Tabla 1. Información poblacional de la ciudad de Fusagasugá.

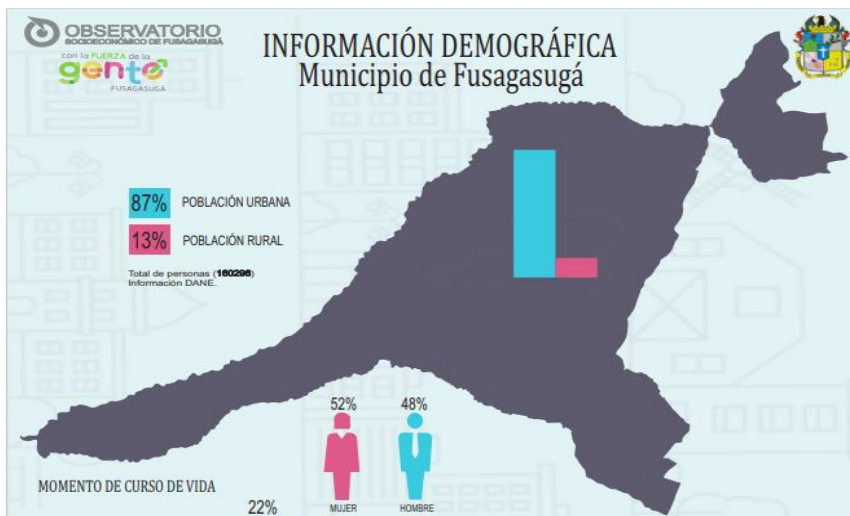
POBLACIÓN FUSAGASUGÁ 2022 - PROYECCIÓN DANE 2018

SEXO	HOMBRES	HOMBRES URBANO	HOMBRES RURAL	MUJERES	MUJERES URBANO	MUJERES RURAL	TOTAL, H&M	TOTAL, URBANO	TOTAL, RURAL
TOTAL	79.406	68.201	11.205	85.934	75.516	10.418	165.340	143.717	21.623

Los 165.340 habitantes de Fusagasugá representan posibles clientes potenciales para el negocio BEAUTY especialistas en imagen, quienes podrían adquirir el servicio que se brindará.

Desde el observatorio socio económico de Fusagasugá se plantea la siguiente información que nos permite señalar la composición demográfica de la ciudad y la forma como podremos identificar la población objetivo.

Ilustración 1 Información demográfica municipio de Fusagasugá



Con este dato se identifica la mayor demanda de servicios de peluquería y belleza en la ciudad de Fusagasugá. Esta información será útil para el desarrollo de estrategias de marketing y publicidad, enfocándose en la captación de clientes ofreciendo servicios y promociones que se ajusten a sus necesidades y preferencias. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, aunque la mayoría de la demanda sea por parte de mujeres, también existen hombres que utilizan estos servicios y podrían representar una oportunidad de negocio. Por lo tanto, se deberá realizar un análisis más detallado de las preferencias y necesidades de ambos géneros para poder ofrecer un servicio atractivo y completo para todos los posibles clientes.

Actualmente desde

Ilustración 2. Momento de curso de vida.

- Al analizar este dato nos damos cuenta de que el 61% de la población son mayores de 29 años y podemos deducir que son personas con un poder adquisitivo estable y bueno esto nos permite evidenciar que en Fusagasugá más de la mitad de su población tiene el dinero para poder adquirir los servicios.

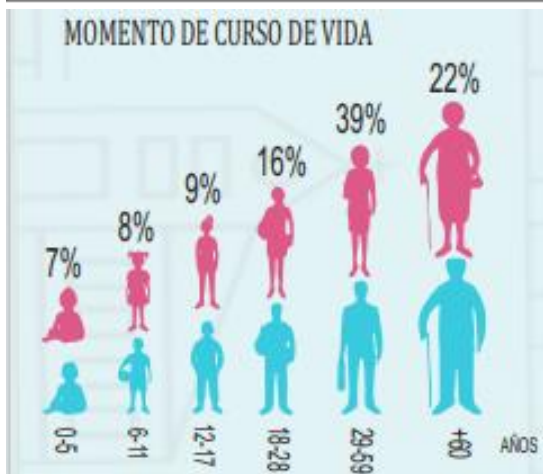


Ilustración 3. Personas por hogar.

Analizando este dato podemos ver que la fidelización por grupos familiares en Fusagasugá puede ser muy alta ya que el 75% de la población en Fusagasugá la conforman grupos familiares.

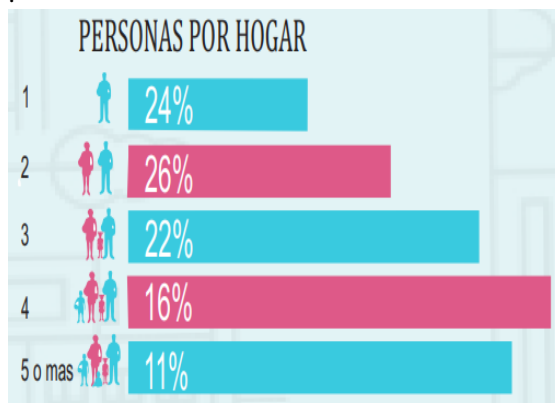
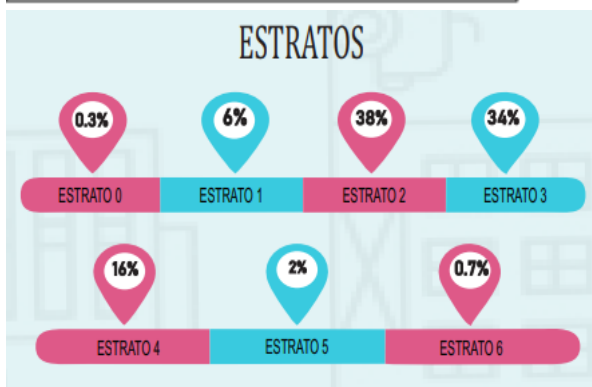


Ilustración 4. Estratos.

Analizando este dato podemos ver que el estrato 3, 4, 5 y 6 a los cuales va dirigida la idea de negocio ocupan un 52.7% de la población de Fusagasugá es decir que un poco más de la mitad de la población tiene el poder adquisitivo para adquirir los servicio de la idea de negocio.



Para determinar el tamaño de la muestra en la investigación, se utilizó la siguiente formula, que determina una muestra de 41 personas.

Ilustración 5. Formula tamaño de muestra

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Los valores destinados para N (tamaño de la población) es 143.117 que es la totalidad de la población urbana de la ciudad de Fusagasugá mencionada en la tabla 1 información poblacional de la ciudad de Fusagasugá, e (margen de error) de 10%, z (puntuación z) de 1.28 y un nivel de confianza del 80% para lograr un total de 41 personas. En total se realizaron 53 encuestas.

6.3. RECURSOS

Los siguientes son los recursos necesarios que se consideran necesarios para plantear el desarrollo de la investigación

- Humanos: las estudiantes Deisy Alejandra Cabezas Morales y Stefany Lorena Tautiva Rodríguez que se encargan de hacer el proceso de investigación.
- Materiales: Computadores – Celulares

7. ESTUDIO DE MERCADO

En busca de identificar la oferta, la demanda, los precios, y las necesidades del cliente, se desarrollará un estudio de mercado que como afirman **Kotler, Bloom y Hayes**, el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización “. ³³

El estudio de mercado, inicialmente plantea la identificación del entorno interno y externo en que se desarrollará la idea para determinar la tendencia en los mercados y realizar pronósticos con métodos estadísticos.

7.1. ENTORNO INTERNO Y EXTERNO

El entorno interno le permite al estudio identificar el comportamiento de mercado de la ubicación geográfica que tendrá la empresa, en este caso la ciudad de Fusagasugá – Cundinamarca, “reconocida por ser la ciudad jardín de Colombia y tener en Chinauta el clima perfecto. Respecto a su economía, se evidencia que la vocación de Fusagasugá ha estado enfocada en el mercadeo agropecuario regional, el comercio, la construcción y el transporte, además de experimentar el crecimiento del sector terciario que tiene el porcentaje más alto de valor agregado por actividades económicas, donde se destaca el fortalecimiento del sector educativo y de recreación”. ³⁴ Permittedole a la idea de negocio generar un impacto positivo en la población con la aplicación de sus servicios. En cuanto a su gobierno Fusagasugá cuenta con un Plan de Desarrollo Territorial (PDT) 2020 – 2023 “Fusagasugá, con la fuerza de la gente” que está estructurado de acuerdo con cinco ejes estratégicos:

- Ambiente, Desarrollo Sostenible, Cambio Climático y Gestión del Riesgo
- Competitividad regional, Emprendimiento y Desarrollo Rural Sostenible
- Gobierno íntegro, Participativo y Transparente
- Desarrollo social, Convivencia y Construcción de la paz
- Ordenamiento territorial, Infraestructura y Movilidad

³³ Kotler, Philip; Bloom, Paul y Hayes, Thomas. el marketing de servicios profesionales. primera.: ediciones Paidós ibérica S.A, 2004. 88 p. ISBN.

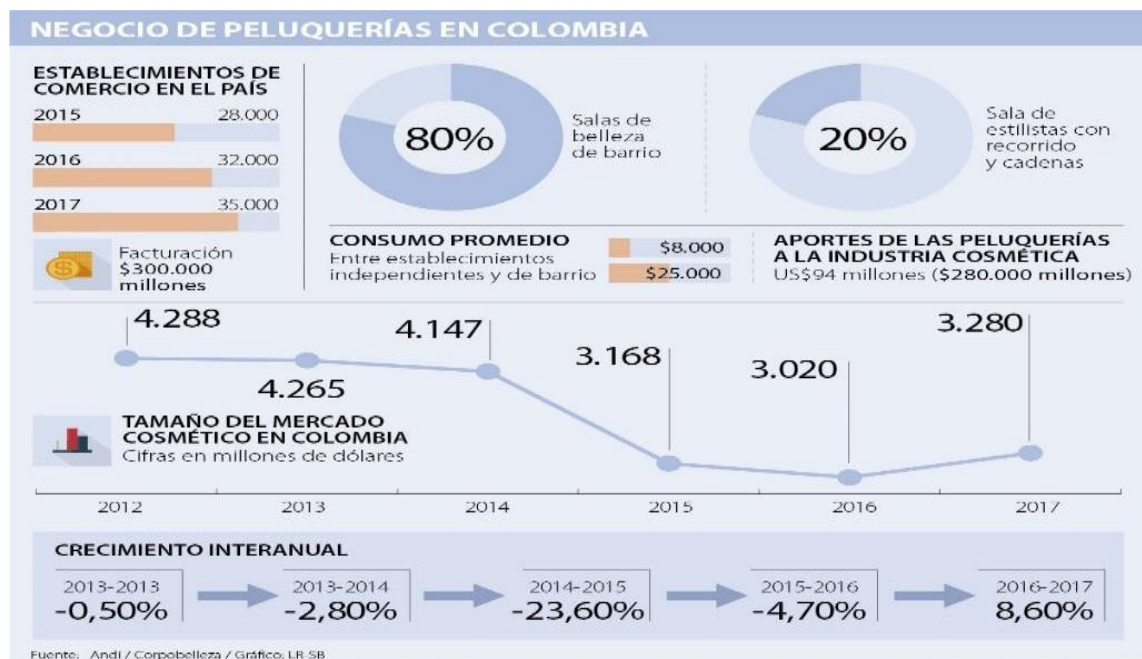
³⁴ Alcaldía de Fusagasugá: Información poblacional Dane 2022 [sitio web]. Fusagasugá: observatorio Fusagasugá, 2022. [consultado el 2022]. Disponible en: Demografía y Población – Observatorio Fusagasugá

Para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen los factores como emprendimiento y desarrollo social incluidos en el PDT del gobierno impactan positivamente.

En cuanto al entorno externo, este permite identificar comportamientos como la proyección de la economía del país en general, y en el área en el que se encuentra la idea de negocio (belleza y cosmética) para así proyectar de manera las finanzas de la empresa e identificar el comportamiento y tendencias de los consumidores del país.

Como se muestra en la siguiente ilustración, el negocio de las peluquerías en Colombia mueve alrededor de 4.000 mil millones de dólares anuales en la economía colombiana y esto se logra gracias al crecimiento anual del mercado cosmético y la creación de establecimientos de comercio de belleza en el país.

Ilustración 6 Datos estadísticos negocios de las peluquerías en Colombia



Fuente: La república: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año [sitio web]. Bogotá: diario la república, 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año (larepublica.co).

La industria de la belleza en Colombia se encuentran en un constante crecimiento y representan una oportunidad de negocio, la cifra de \$300.000 millones generada por los salones de belleza permite evidenciar el aumento en la actividad económica generada por el número de personas asociadas a estos lugares y las tendencias de consumo que han dado lugar a la especialización y división del sector de la

belleza para hombres y mujeres fomentando que se creen lugares dirigidos para cada género en específico ya que como afirma Marcela Sánchez, directora de la Feria Belleza y Salud "las tendencias de consumo han dado lugar a que aparezcan nuevos espacios para los hombres, y las barberías empiezan a jugar un papel importante".³⁵ Es por esto que para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen las tendencias de consumo interfieren de manera positiva ya que permite que los hombres se familiaricen con el área de la belleza y apliquen en su entorno el uso de estos establecimientos enfocados a mejorar su imagen personal.

La importancia de los salones de belleza también se ha reflejado en los ingresos de las compañías dedicadas a la fabricación de los productos cosméticos. Según un informe de Euromonitor, "el año pasado la industria vendió US\$3.280 millones en Colombia (casi \$10 billones). De esta cifra, 1% llegó por las personas que compraron las referencias en peluquerías, es decir, US\$94 millones (más de \$280.000 millones)".³⁶ Estas cifras permiten evidenciar el beneficio colectivo que se tiene en la creación de establecimientos como BEAUTY especialistas en imagen.

Es cierto que hoy en día la imagen personal juega un papel muy importante en la vida de las personas, ya que se relaciona directamente con su autoestima, confianza y bienestar emocional. Por esta razón, existe una demanda cada vez mayor de servicios especializados en el cuidado y embellecimiento de la imagen personal, lo que puede representar una oportunidad de negocio rentable para aquellos emprendedores que deseen incursionar en este mercado. En este sentido, el estudio de factibilidad para la creación del establecimiento BEAUTY "especialistas en imagen" en la ciudad de Fusagasugá, tiene una buena proyección económica en sus dos entornos interno y externo.

7.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Dentro del estudio de mercado un factor importante es el análisis de la demanda que como afirma Simón Andrade, "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".³⁷ Para la idea de negocio BEAUTY, se busca cumplir con la necesidad de la demanda de un mercado objetivo que busca verse y sentirse bien con su imagen personal.

Mediante la recolección de datos por medio de encuestas, creación de matrices como DOFA y CANVA y el análisis y observación de datos estadísticos de la población de la ciudad de Fusagasugá.

7.3. ANÁLISIS DE ENCUESTAS A CLIENTES

³⁵ La república: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año [sitio web]. Bogotá: diario la república, 2018. [consultado el 2022].

³⁶ La república: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año [sitio web]. Bogotá: diario la república, 2018. [consultado el 2022].

³⁷ Andrade, Simón. Diccionario de economía. tercera edición.: editorial Andrade, p. ISBN 245 y 246.

La encuesta se realizó de manera presencial en la universidad de Cundinamarca y en el lugar de trabajado de las encuestadoras, peluquería Sion y la empresa coca cola, y algunas encuestas se realizaron de manera virtual por medio de redes sociales.

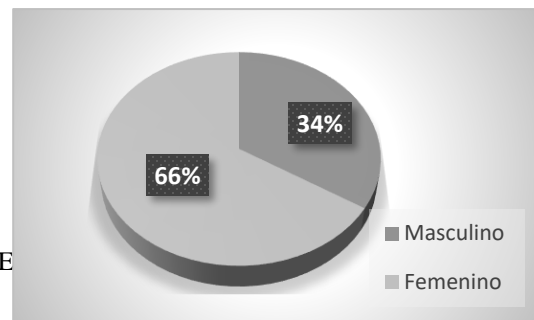
Después de aplicar las encuestas, se realizó el respectivo análisis aplicado a cada una de las preguntas, según los resultados y se obtuvo la siguiente información:

Pregunta 1: genero

Tabla 2. Pregunta 1.

Genero	Total
Masculino	18
Femenino	35

Fuente: E



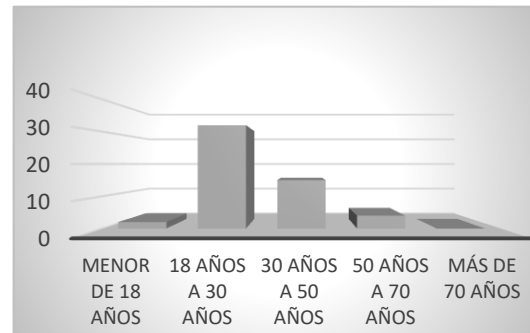
Con el objetivo de identificar el género que más prefiere este tipo de servicios, la encuesta permitió recopilar un total de 35 respuestas de mujeres y 18 de hombres. Estos resultados fueron analizados y se concluyó que el género femenino es el predominante en el uso y participación de los servicios de belleza y peluquería, representando un 66%, que corrobora el análisis realizado por expertos, ya que, de manera voluntaria, más mujeres aceptaron contestar esta encuesta que el género masculino.

Pregunta 2: ¿Qué edad tiene?

Tabla 3. Pregunta 2

Edad	total
Menor de 18 años	2
18 años a 30 años	32
30 años a 50 años	15
50 años a 70 años	4
Más de 70 años	0

Fuente: Elaboración propia.



Identificar el segmento de población según el rango de edad permite, plantear servicios más específicos, según la encuesta, el 92% de los participantes estaban en el rango de edad de 18 a 50 años. Identificar este rango de edad es beneficioso para el estudio ya que le permite comprender las necesidades y deseos de sus posibles clientes, así como su interés en realizar compras.

Como afirma Miriam Quiroa la segmentación por edad se define de la siguiente manera los Adolescentes: Este grupo engloba a personas mayores a doce años y menores de dieciocho años. Jóvenes: El grupo de jóvenes son las personas mayores a dieciocho años y menores de veinticinco años. Adultos jóvenes: Este segmento incluye personas mayores de veinticinco años y menores de cuarenta años.³⁸

Como afirma Miriam Quiroa algunos productos y servicios se enfocan según la edad de los consumidores como Adolescentes: Música, videojuegos, ropa, accesorios, artículos deportivos, etc. Jóvenes: Tecnología, artículos deportivos, productos estéticos, viajes, etc. Adultos jóvenes: Viajes, espectáculos, entretenimiento, etc. Adultos: Casas, apartamentos, vehículos, muebles, etc.³⁹

Para la idea de negocio BEAUTY, se identificó que la estética y el bienestar son factores predominantes que las empresas quieren vender a este segmento de mercado. Esto justifica el beneficio que tendría esta idea de negocio en la ciudad de Fusagasugá, según los resultados de las encuestas mencionadas anteriormente.

Pregunta 3: Ocupación

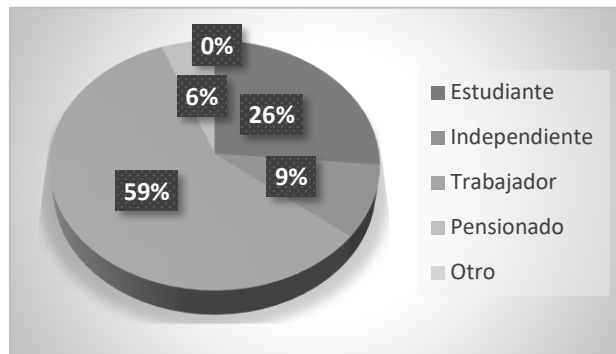
³⁸ Economipedia [sitio web], 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: segmentación por edad (economipedia.com).

³⁹ Economipedia [sitio web], 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: segmentación por edad (economipedia.com).

Tabla 4. Pregunta 3

Ocupación	Total
Estudiante	14
Independiente	5
Trabajador	31
Pensionado	3
Otro	0

Fuente: Elaboración propia.



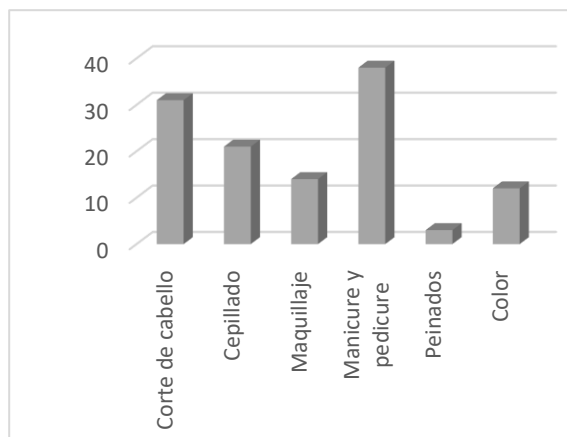
La ocupación fue una variable importante en el estudio de mercado, ya que permitió determinar la capacidad de pago. Con un 53% como resultado mayor, se identificó que los trabajadores son el grupo predominante en el uso de los servicios de belleza, lo que sugiere que mantener una imagen pulcra es importante para sus labores. Además, el 26% de encuestados son estudiantes que, aunque no pagan directamente por el servicio, lo utilizan con frecuencia, lo que los convierte en una población relevante para el estudio de factibilidad de BEAUTY. Por último, el 8% lo componen pensionados e independientes, que cuentan con más tiempo para adquirir servicios de belleza de manera constante, a diferencia de los trabajadores.

Pregunta 4: ¿Cuándo acude a la peluquería que servicios usa?

Tabla 5. Pregunta 4

Servicio	Total
Corte de cabello	31
Cepillado	21
Maquillaje	14
Manicure y pedicure	38
Peinados	3
Color	12

Fuente: Elaboración propia.



Durante el estudio de mercado realizado para la idea de negocio BEAUTY se incluyó una pregunta para determinar los servicios más utilizados y los servicios que podrían ser ofrecidos. De los seis servicios

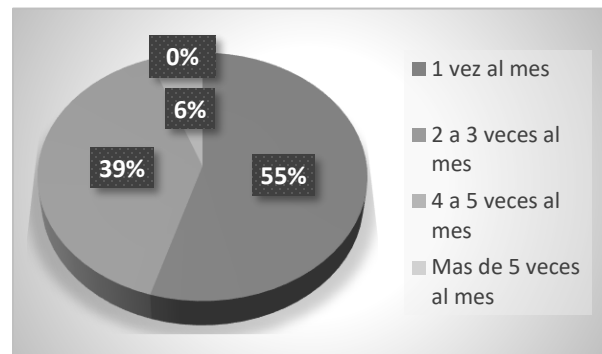
mencionados, se obtuvo una mayor participación en la encuesta en tres de ellos: corte de cabello con 31 respuestas, manicure y pedicura con 38 respuestas, y cepillado con 21 respuestas. Con base en estos resultados, se determinó escoger uno de los servicios más seleccionados para ser incluido en la oferta de servicios de la idea de negocio BEAUTY.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia acude a los servicios de peluquería?

Tabla 6. Pregunta 5

Frecuencia	Total
1 vez al mes	29
2 a 3 veces al mes	21
4 a 5 veces al mes	3
Mas de 5 veces al mes	0

Fuente: Elaboración propia.



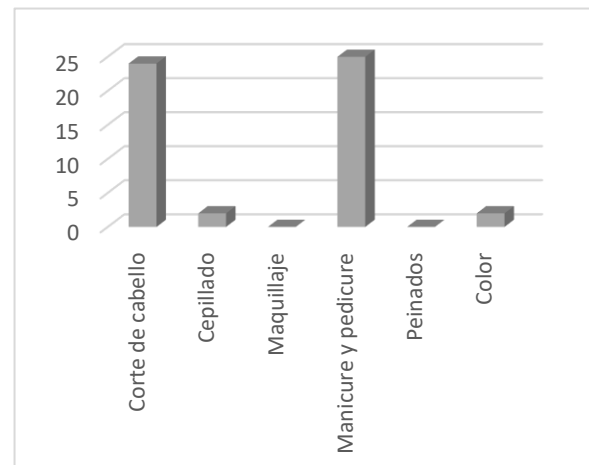
La frecuencia de consumo identificada en el estudio de factibilidad permite determinar las tendencias en la utilización de los servicios, con un 59% de respuestas indicando que se usan una vez al mes y un 39% indicando que se usan de 2 a 3 veces. Esto sugiere que los servicios de peluquería que se planean ofrecer tendrían un flujo constante de clientes y se podrían fidelizar con la idea de negocio.

Pregunta 6: ¿Cuál es el servicio que más utiliza?

Tabla 7. Pregunta 6.

Servicio más usado	Total
Corte de cabello	24
Cepillado	2
Maquillaje	0
Manicure y pedicure	25
Peinados	0
Color	2

Fuente: Elaboración propia.



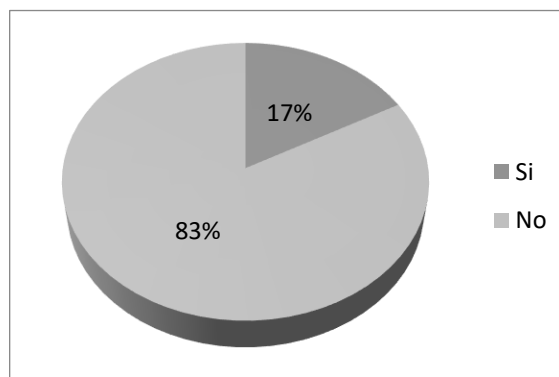
Se obtuvo que el 47% de las personas utilizan con mayor frecuencia el servicio de manicure y pedicura, lo que confirma nuestra propuesta de incluir estos servicios en la idea de negocio BEAUTY, especialista en imagen en la ciudad de Fusagasugá. Aunque el corte de cabello también obtuvo un porcentaje similar, se decidió enfocar los servicios solo en los mencionados anteriormente y no se tomará en cuenta el resultado obtenido para el servicio de corte de cabello.

Pregunta 7: ¿conoce en la ciudad de Fusagasugá una peluquería que brinde los servicios de asesoría de imagen?

Tabla 8. Pregunta 7.

Conoce el servicio de Asesoría de imagen	Total
Si	9
No	44

Fuente: Elaboración propia.



Con un total del 83% de encuestados que no conocen una peluquería que brinde servicios de asesoría de imagen, podemos afirmar que hay una oportunidad en el mercado para una empresa que se enfoque en brindar servicios de este tipo en la ciudad de Fusagasugá. Esto demuestra la importancia de crear una

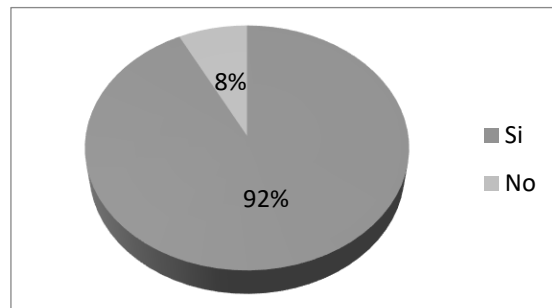
empresa que se diferencie de la competencia y ofrezca servicios innovadores y atractivos para los clientes potenciales. Por lo tanto, se podría considerar que la idea de negocio BEAUTY, especialista en imagen, tendría una buena oportunidad de éxito en el mercado local.

Pregunta 8: si le decimos que se traerá a la ciudad de Fusagasugá un nuevo servicio de asesoría de imagen donde se hace un acompañamiento al cliente para resaltar su imagen personal ¿usted tomaría el servicio?

Tabla 9. Pregunta 8.

Tomaría el servicio De asesoría de imagen	Total
Si	49
No	4

Fuente: Elaboración propia.



En concordancia con los resultados, en la actualidad la imagen personal puede tener un impacto significativo en la vida profesional y personal de una persona. Por lo tanto, ofrecer servicios de asesoría de imagen puede ser una idea de negocio muy rentable.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la competencia en este sector puede ser alta, por lo que es necesario ofrecer un servicio de alta calidad y diferenciarse de la competencia. También es importante realizar un estudio de mercado detallado y definir un plan de negocio sólido para garantizar el éxito a largo plazo.

Además, es importante tener en cuenta que la imagen personal es un tema muy subjetivo y que cada persona tiene sus propios gustos y preferencias en cuanto a su apariencia. Por lo tanto, es esencial que los especialistas en imagen sean capaces de comprender y satisfacer las necesidades y deseos de cada cliente de manera individualizada.

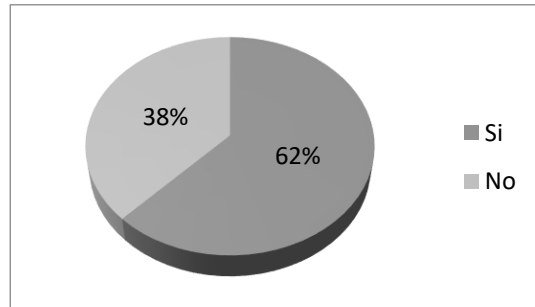
En resumen, la idea de negocio de ofrecer servicios de asesoría de imagen puede ser una propuesta innovadora y con una buena proyección a futuro, siempre y cuando se realice una planificación y ejecución adecuada.

Pregunta 9: los piojos (pediculosis) es un problema común que debe tratarse de manera profesional, si le decimos que se traerá un servicio de tratamiento profesional para la pediculosis (piojos) e la peluquería ¿tomaría el servicio?

Tabla 10. Pregunta 9.

Servicio profesional para la pediculosis (piojos)	Total
Si	33
No	20

Fuente: Elaboración propia.



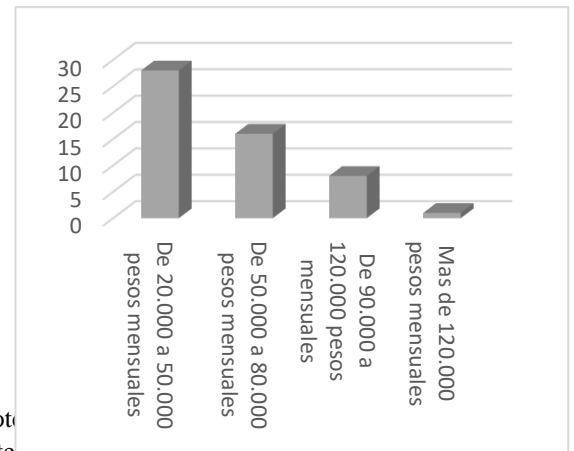
El servicio profesional para la pediculosis (piojos) es una idea innovadora que BEAUTY especialista en imagen quiere traer a la ciudad para innovar en el mercado, con este servicio, los resultados de la encuesta reflejaron un 62% de aprobación y posible uso de este lo que a la idea de negocio le permite justificar este nuevo servicio.

Pregunta 10: ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar al mes por servicios de peluquería?

Tabla 11. Pregunta 10.

Cuánto dinero invierte mensuales	Total
De 20.000 a 50.000 pesos mensuales	28
De 50.000 a 80.000 pesos mensuales	16
De 90.000 a 120.000 pesos mensuales	8
Mas de 120.000 pesos mensuales	1

Fuente: Elaboración propia.



Es importante tener en cuenta la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes, establece precios competitivos y atractivos para el mercado. En este caso, la encuesta realizada permite conocer que el 52% de los encuestados gastan entre 20 y 50.000 pesos al mes en servicios de peluquería, lo que indica que el rango de precios que se propone en BEAUTY es accesible para la mayoría de ellos. Además, es importante considerar que este tope de precio más bajo propuesto en la encuesta aún permite la adquisición de algunos de los servicios ofertados. En conclusión, tener en cuenta la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes, establece precios competitivos y atractivos para el mercado.

7.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta permitirá evidenciar el panorama en el que se encuentra la economía relacionada con el área de la belleza, de acuerdo con Servinformación, “en el país funcionan 25.042 peluquerías y Bogotá concentra el 33,34 por ciento de los establecimientos. Pero en proporción a la población, por ejemplo, Medellín tiene 987 personas por peluquería, mientras que en Cali hay 763 caleños por cada establecimiento. La ‘explosión’ de peluquerías se ve en Barranquilla, donde se cuenta un centro por cada 1.983 ciudadanos. El censo de Infocomercio indicaría, además, que en el Distrito hay en promedio un salón por cada 885 bogotanos”.⁴⁰

Para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen los indicadores mencionados anteriormente le justifican al proyecto el análisis del entorno externo permitiéndole a la idea de negocio proyectar un camino viable, al verse reflejado en las cifras un mercado amplio y creciente donde se encuentra una necesidad latente. Es cierto que la población flotante proveniente de Bogotá convirtiéndose en un factor importante a tener en cuenta para el éxito del proyecto BEAUTY en la ciudad de Fusagasugá, ya que estas personas pueden representar un segmento importante de clientes potenciales. Además, el hecho de que el sector central sea el de mayor acopio en centro de belleza puede ser una buena oportunidad para ubicar el negocio en esa zona, ya que es donde se concentran la mayoría de los clientes que buscan este tipo de servicios.

Cabe resaltar el tener en cuenta que la ubicación no es el único factor que considerar para el éxito del negocio. También es necesario ofrecer servicios de alta calidad, contar con personal capacitado y brindar una excelente atención al cliente. Además, es importante realizar una estrategia de marketing adecuada para dar a conocer el negocio y atraer a clientes potenciales.

7.5. COMPETENCIA DIRECTA

Es importante tener en cuenta a estos profesionales independientes como competidores indirectos, ya que pueden ofrecer servicios similares de asesoría de imagen a los mismos clientes potenciales que se buscarían en BEAUTY. Por lo tanto, diferenciarse de ellos ofreciendo un espacio cómodo y profesional para que los clientes puedan recibir el servicio de asesoría de imagen le dará a la empresa una ventaja competitiva. Además, BEAUTY podría ofrecer servicios adicionales como peluquería, manicure y pedicure, lo que le permitiría diferenciarse aún más de la competencia.

Tabla 12 Comparación de la competencia 1.

Camilo Pineda	Oscar Díaz	Argenis Parra
Asesor de imagen y preparador de reinas reconocido de la ciudad de Fusagasugá que brinda servicios similares a los que se quieren ofrecer en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen que son los servicios de asesoría	Peluquero y preparador de reinas reconocido en la ciudad de Fusagasugá que brinda servicios similares a los que se quieren ofrecer en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen que son los servicios de asesoría	Colorista y peluquera reconocida de la ciudad de Fusagasugá que brinda servicios similares a los que se quieren ofrecer en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen que son los servicios de colorimetría y peluquería.

⁴⁰ El tiempo, El negocio de las peluquerías en Bogotá: Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990. En: *el tiempo.com*. Bogotá. 2014. [consultado el 2022].

de imagen, colorimetría, de imagen, colorimetría,
 peluquería y maquillaje. peluquería y maquillaje.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. Comparación de competencia 2.

Bora Bora spa de uñas	Saba	Moka spa de uñas
Spa de uñas especializado en la ciudad de Fusagasugá que brinda los servicios de manicure y pedicure tradicional, semi permanente y acrílicas. Estos son servicios similares a los que se piensan brindar en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen.	Spa de uñas especializado en la ciudad de Fusagasugá que brinda los servicios de manicure y pedicure tradicional, semi permanente y acrílicas. Estos son servicios similares a los que se piensan brindar en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen.	Spa de uñas especializado en la ciudad de Fusagasugá que brinda los servicios de manicure y pedicure tradicional, semi permanente y acrílicas. Estos son servicios similares a los que se piensan brindar en el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen.

Fuente: Elaboración propia.

- Para el servicio del tratamiento profesional para la pediculosis NO se encontró quien brindara este servicio en la ciudad de Fusagasugá.

7.6. COMPETENCIA INDIRECTA – PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos se deben tener en cuenta ya que cuentan como una competencia indirecta para la idea de negocio “la competencia indirecta es el conflicto entre proveedores cuyos productos o servicios no son los mismos, pero que podrían satisfacer la misma necesidad del consumidor”. En el proyecto de inversión BEAUTY especialistas en imagen la competencia indirecta se establece para las ideas de más valor es decir la asesoría de imagen y el servicio de tratamiento profesional para la pediculosis.⁴¹

Tabla 14. Productos sustitutos.

Asesoría de imagen	Tratamiento profesional para la pediculosis (piojos)
Redes sociales: En las redes sociales se encuentra un sustituto a este servicio ya que existen varios creadores de contenido donde dan asesorías de imagen a nivel general que las personas pueden adaptar a sus gustos.	Productos para los piojos: Para el servicio de tratamiento profesional para la pediculosis encontramos sustitutos como: shampoo, jabones, peines, cremas y medicamentos estos pueden ser

⁴¹ Lifeder [sitio web], 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: lifeder.com/competencia-indirecta/
 lifeder (lifeder.com).sitio web;

Revistas de moda e imagen: En las revistas de moda e imagen se brinda las últimas tendencias en estilos, ropa, colores y más dándole a las personas una opción asesoría general que pueden adaptar a sus gustos. implementados por las personas y que son de venta y uso libre.

Fuente: Elaboración propia.

7.7. SERVICIOS OFRECIDOS

Para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se brindarán los servicios de maquillaje profesional, colorimetría, manicure y pedicure semipermanente, tratamiento para la pediculosis (piojos) y asesoría de imagen. Como afirman Kotler, Bloom y Hayes, “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.⁴²

⁴² Kotler, Philip, Bloom, Paul y Hayes, Thomas. El marketing de servicios profesionales: Editorial Paidós SAICF, 2004, Págs. 9 y 10.

7.7.1. Descripción del servicio

Servicios para ofertar en la idea de negocio

Tabla 15. Descripción del servicio.

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Maquillaje profesional	Servicio de maquillaje profesional, para quince años, novias, piel madura, piel afro y piel acné.
Colorimetría	Servicio de cambio de color para el cabello como cubrimiento de canas, cambio de color plano, técnica de balagase, mechas, californianas en un solo tono
Servicio de manicure y pedicure	Servicios de manicure en esmaltado semipermanente.
Tratamiento para la pediculosis (piojos)	Este servicio se basa en tratar de manera profesional la infesta de piojos (pediculosis) en los pacientes.
Asesoría de imagen	Este servicio se basa en asesorar al usuario para así brindarle el mejor estilo acorde a su actitud

Fuente: Elaboración propia.

7.7.2. Prestación del servicio

Para la prestación de un servicio se debe definir el precio que será usado en el mercado esto le permitirá a la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen generar las ganancias y entrará al mercado, así como llegar a ser competitivo en este.

El análisis de precios que como afirman Philip Kotler y Gary Armstrong, “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”⁴³ le permiten a la idea de negocio analizar los precios utilizados por la competencia para definir el precio propio. A continuación, para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se analizarán los precios de la competencia directa en el sector de las peluquerías en la ciudad de Fusagasugá – Cundinamarca con el fin de comparar los precios.

Precio de la competencia

Tabla 16. Precios de la competencia.

ASESORÍA DE IMAGEN		
Camilo pineda	Oscar Díaz	Argenis Parra
-colorimetría desde 120.000 pesos.	-colorimetría desde 120.000.	-colorimetría desde
-maquillaje desde: 110.000 pesos	-maquillaje desde: 80.000 pesos	120.000.

⁴³ Kotler, Philip y Gary, Armstrong. Fundamentos de marketing. Octava edición: Pearson education México, 2008. 88 p. ISBN

SERVICIO DE MANICURE Y PEDICURE		
Bora Bora	Saba	Moka spa de uñas
-Manicure y pedicure en esmaltado semipermanente: 70.000 pesos.	- Manicure y pedicure en esmaltado semipermanente: 70.000 pesos.	- Manicure y pedicure en esmaltado semipermanente: 80.000 pesos.

Fuente: Elaboración propia.

Precio para ofertar en BEAUTY “especialista en imagen”. Se determino utilizar un precio similar al de la competencia ya que competiríamos con calidad del servicio y no con estrategias de disminución del precio.

Tabla 17. Precio para ofertar en BEAUTY “especialista en imagen”

Colorimetría	Maquillaje	Manicure y pedicure	Pediculosis	Asesoría de imagen
120.000 pesos.	80.000 pesos.	semipermanente 70.000 pesos.	Cita 70.000 pesos.	Cita 10.000 pesos.

Fuente: Elaboración propia.

7.7.3. Canales de distribución.

La idea de negocio BEAUTY contara con un canal de distribución que como afirman **Guiltinan et al.** ‘**es un conjunto de participantes organizacionales que ejecutan todas las funciones necesarias para conseguir que un producto de un vendedor llegue al comprador fina**’. Para el proyecto de inversión BEAUTY especialista en imagen se plasma el siguiente CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO es decir que el cliente para adquirir los servicios se debe dirigir al puto físico de la idea de negocio.

Ilustración 7. Canal de distribución directo.



Fuente: Elaboración propia.

7.7.4. Pronóstico de ventas (método utilizado)

El método utilizado en el estudio de factibilidad es la identificación de series de tiempo, ya que este método tiene como factor clave definir si el pronóstico se hará con base en las tendencias de una estación específica, temporalidad, o si se está ante una demanda constante del servicio. Los valores serán determinados gracias al método de punto de equilibrio ponderado, utilizado en el estudio de factibilidad.

Tabla 18. Punto de equilibrio ponderado.

DETALLE	PRECIO DE VENTA	PONDERADO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	PRECIO DE VENTA PONDERADO
Colorimetría	\$120.000	20%	\$22.430	\$97.570	\$24.000
Maquillaje	\$80.000	20%	\$15.135	\$64.865	\$16.000
Manicure y pedicure	\$70.000	30%	\$7.071	\$62.929	\$21.000
Asesoría de imagen	\$10.000	20%	\$2.083	\$7.917	\$2.000
Pediculosis	\$70.000	10%	\$9.747	\$60.253	\$7.000
		100%			\$70.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19. Punto de equilibrio.

COSTOS FIJOS	\$6.372.064
P.e. ponderado	91
	PUNTO DE EQUILIBRIO
Colorimetría	18

Maquillaje	18
Manicure y pedicure	27
Asesoría de imagen	18
Pediculosis	9
	91

Fuente: Elaboración propia.

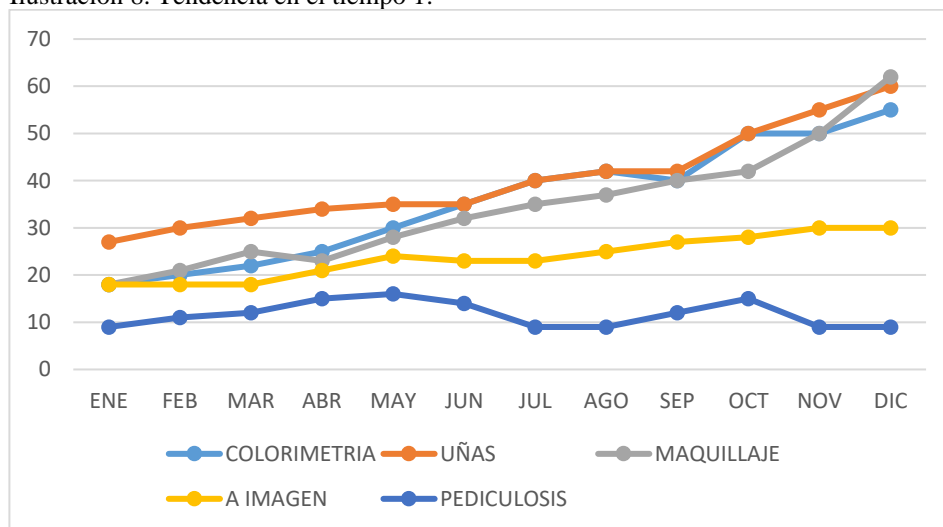
Con información del punto de equilibrio que determina los servicios mínimos que debe ser prestados para los costos totales estimados y en concordancia con la estimación estadística de series de tiempo y los métodos de crecimiento exponencial, se presenta la siguiente propuesta de ventas mensual.

Tabla 20. Patrón de tendencia en el tiempo

SERVICIO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Colorimetría	18	20	22	25	30	35	40	42	40	50	50	55
Uñas	27	30	32	34	35	35	40	42	42	50	55	60
Maquillaje	18	21	25	23	28	32	35	37	40	42	50	62
A. imagen	18	18	18	21	24	23	23	25	27	28	30	30
Pediculosis	9	11	12	15	16	14	9	9	12	15	9	9

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 8. Tendencia en el tiempo 1.

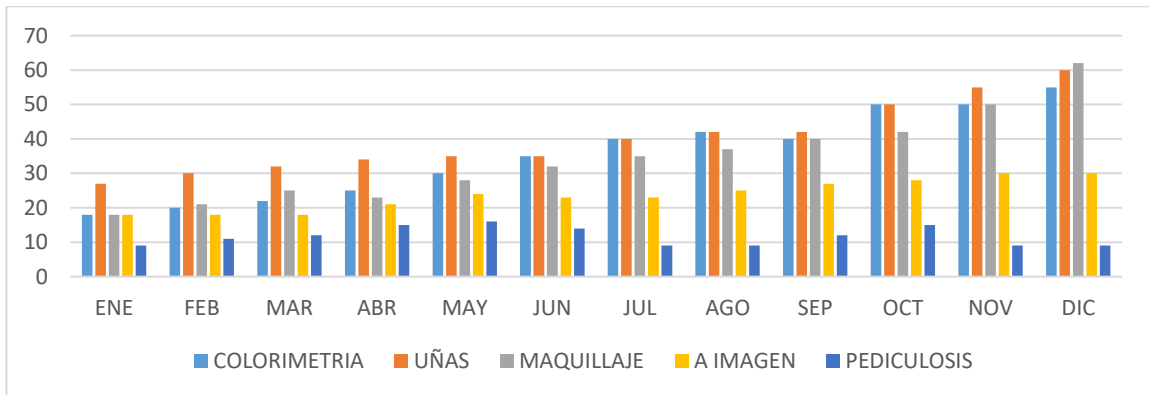


Fuente: Elaboración propia.

Al analizar el pronóstico de ventas de los servicios que se ofrecerán en la idea de Neológico BEAUTY, notamos un comportamiento ascendente con el tiempo. Es decir, a medida que el año va llegando a su

fin, las ventas de los servicios aumentan. Esto se debe a las temporadas de fin de año, como son el Día del Amor y la Amistad, Halloween y Navidad es decir los meses de octubre, noviembre y diciembre.

Ilustración 9. Tendencia en el tiempo 2.



Fuente: Elaboración propia.

8. ESTUDIO TÉCNICO

Se llevará a cabo un estudio técnico de la idea de negocio BEAUTY especializada en imagen, con el fin de analizar el proceso de producción de los servicios que se brindarán y aportar al estudio de factibilidad del proyecto.

8.1. TAMAÑO

Según el estudio de mercado de la idea de negocio BEAUTY "especialista en imagen", el tamaño y la capacidad serían los siguientes:

La capacidad diseñada corresponde al máximo nivel posible de producción o prestación del servicio. Se planea aprovechar al máximo las instalaciones y equipos de la idea de negocio, llevándola al 100% de su capacidad instalada y según la totalidad de sus empleados sería una microempresa que, según la ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES la microempresa cuenta con un **personal no superior a 10 trabajadores**. Por lo mencionado anteriormente La idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen contaría con 3 trabajadores de las diferentes áreas administrativa y operativa.

8.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (POT FUSAGASUGÁ-CUNDINAMARCA)

8.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería de proyecto dirigido a la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen mostrará ejemplos de cómo serán manejados los procesos de los servicios a brindar.

8.3.1. Identificación y selección de la propuesta de valor.

La propuesta de valor mencionada en la ilustración 2 matriz CANVA son las siguientes:

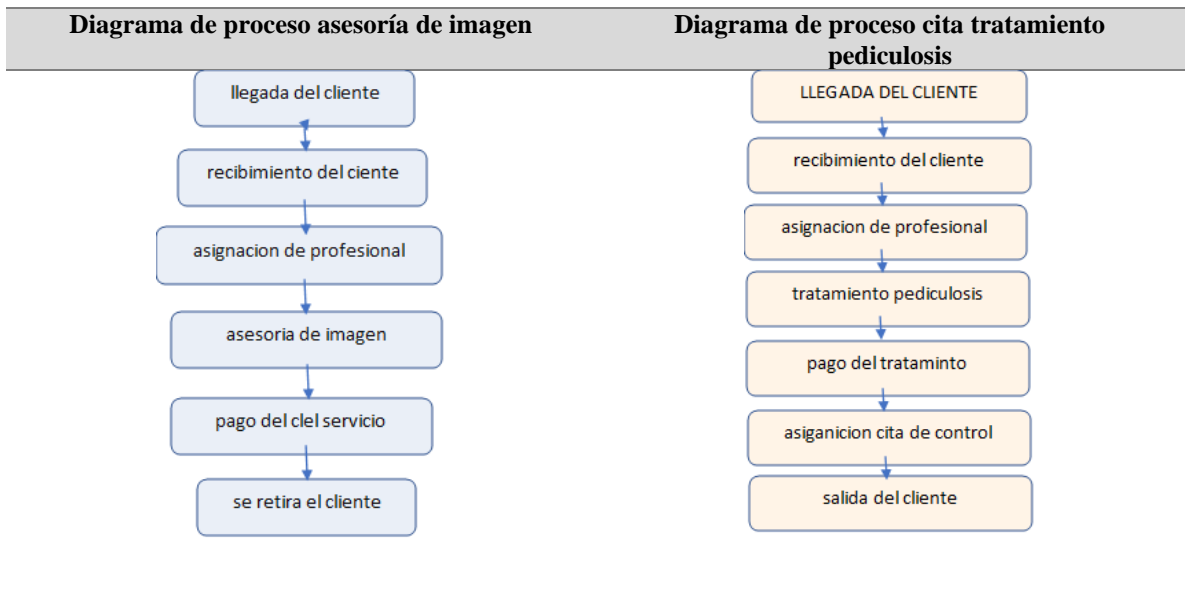
Asesoría de imagen: En este servicio se indicará y asesorará al cliente sobre su mejor estilo, color y caracterización física que más le convenga, basándonos en su actitud, trabajo y forma de vida y Tratamiento para la pediculosis (piojos): En este servicio se generará una cita de atención al cliente, donde de manera profesional se tratará la infestación de piojos hasta eliminarlos casi al 100%. Además, se programará una cita post - procedimiento para evaluar los resultados.

8.3.2. Diagramas de flujo.

Se establecerá el diagrama de flujo de los servicios de asesoría de imagen y tratamiento profesional para la pediculosis para la idea de negocio BEAUTY, especialista en imagen, con el fin de establecer esquemas de las operaciones y actividades que se utilizan al brindar estos servicios a los posibles clientes. Como afirman Bataller, Benjamín y Fincowsky ‘el diagrama de flujo son esquemas de las operaciones

y actividades realizadas en un proceso determinado, con frecuencia son utilizados en las áreas operativas que es el lugar donde se realizan los productos o en el caso de la prestación de un servicio”.



Tabla 21. Diagrama de flujo.



8.3.3. Listado de equipos o activos fijos

Generar un listado de equipos para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen permite evidenciar el montaje que se llevará a cabo en las instalaciones y proyectar la capacidad de atención que tendrá esta, así como el concepto e imagen que verán los posibles clientes.

Tabla 22. Listado de Equipos o activos fijos.

ACTIVO	IMAGEN	FICHA TÉCNICA	VIDA ÚTIL	VALOR MERCADO
1 computador		pc de escritorio hp aio 20-c2131 Intel celero windows 10 home	5 años	\$8,394.400 IVA incluido
2 sillas de peluquería		Silla ecualizadle Ref. 286R	10 años	\$ 5.000.000 IVA Incluido

					
2 lava cabezas		Lava cabezas importado 8030	10 años	\$7.000.000 incluido	IVA
1 tocador maquillaje		Tocador Hollywood	10 años	\$ 2.100.000 incluido	IVA
2 tocadores		Tocador Lexus	10 años	\$ 5.000.000 incluido	IVA
3 sillas auxiliares		Auxiliar ref. 60.	4 años	2.400.000 incluido	IVA
2 sillas pedicure		Juego de pedicure ref. pr84	10 años	6.000.000 incluido	IVA
2 mesas manicure		Mesa manicure ref. 21171	10 años	5.000.000 incluido	IVA
1 silla maquillaje		Silla de maquillaje ref. R14	10 años	1.700.000 incluido	IVA
Concitación tomada de:	Fabrica Royal	Sabaneta – Medellín			
1 sistema de cámaras de seguridad		Sistema de Video seguridad DVR Alámbrico VTA 1 Tera + 4 Cámaras 1080P	8 años	1.999.900 pesos	
1 Tv 65 pulgadas		tv lg 65" pulgadas 164 cm 65up7750 4k-uhd led plano smart tv	8 años	2.999.900 pesos	
			TOTAL	47.594.000 pesos	

Fuente: Elaboración propia.

8.3.4. Lista de adecuaciones

Dentro del estudio técnico crear una lista de adecuaciones permite evidenciar lo que necesita la idea de negocio para ponerse en marcha es decir parte de la logística que conlleva la creación de un establecimiento comercial.

Tabla 23. Lista de adecuaciones.

Tipo de adecuación	Número de adecuaciones	Especificaciones
Conexiones de agua.	8	2 conexiones para lava cabezas. 2 conexiones para las mesas de manicure. 2 conexiones para los juegos de pedicure. 2 conexiones para baño.
Conexiones de luz.	30	4 conexiones para cada tocador (3 tocadores). 2 conexiones para cada mesa y silla de manicure y pedicure (4 en total). Conexiones para demás equipos electrónicos como computador, televisor etc.
Iluminación	20	20 bombillas distribuidas en el local para aportar luz
Decoración e imagen		Adecuación del espacio pintura y texturas
Cotización		1.500.000 pesos

Fuente: Elaboración propia.

8.3.5. Distribución del establecimiento

Para la idea de negocio BEAUTY, especialista en imagen, se diseñará la distribución de la planta con el fin de obtener el nivel máximo de aprovechamiento y la distribución adecuada para el servicio que se brindará. A continuación, se muestra una gráfica de la distribución que se tendrá en el local mencionado anteriormente en la tabla 23 factores de localización.

Ilustración 10. Distribución del establecimiento.





Fuente: Elaboración propia.

8.3.6. Ejemplo fichas técnicas maquinaria.

Las fichas técnicas de los equipos permiten evidenciar el tipo de mueble o equipo que se obtuvo para la idea de negocio para así establecer los cuidados y manejos correctos que se debe tener con estos y así lograr el menor deterioro o depreciación posible.

Tabla 24. Ficha técnica maquinaria.

MAQUINARIA	FICHA TÉCNICA
	<p>Silla base hidráulica. Cabecero ajustable. Espaldar tapizado con diseño en rombos. Sistema ecualizadde en espaldar. Brazos tapizados. Estructura metálica. Calapié tapizado y piecero en goma antideslizante</p>
	<p>Mueble enchapado en fórmica. Espejo en cristal, bordes tapizados en sintético y espuma. 14 luces (Cálidas o frías) (Según gusto del cliente). 8 cajones laterales y 3 cajones superiores con tiraderas. Mesón superior en vidrio. Ricciolo para secador.</p>
<p>Tocador de maquillaje ref. 183</p>	



Tocador a pared.
Mesón en madera laminada, enchapada en formica
Dos cajones con llaves
Con porta secador Triple, multiusos.
Medidas aproximadas: 130 alto, 33 de ancho. espejo de alto 100 cm

Tocador Lexus



*Silla de maquillaje ref.
R14*

Silla profesional de maquillaje y tratamientos faciales.
Base hidráulica platón.
Novedoso cabecero anatómico ajustable y removible.
Sistema ecualizable en el espaldar.
Tapizado en sintético y espuma
Brazos con estructura cromada o tapizados en sintético.
Calapié cromado.

Fuente: Elaboración propia.

9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización y procedimientos administrativos en este estudio de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se presentará el manejo y distribución de cargos, así como la explicación detallada de estos mediante la teoría clásica que como afirma Henri Fayol “esta teoría tiene una perspectiva estructuralista y su enfoque organizacional se centra exclusivamente en la organización formal; tiene una aproximación normativa y prescriptiva. Su concepto de organización es el de una estructura formal como conjunto de órganos, cargos y tareas. Concibe al hombre como un homo economicus que percibe una remuneración por sus laborales. Busca la máxima eficiencia”⁴⁴.

9.1. DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO.

Dentro del estudio administrativo se desarrollan los procesos de diagnóstico que permitirán plantear las estrategias para desarrollar un proceso de planeación adecuado.

De esta manera, BEAUTY ha creado una matriz CANVA en el que se pueden identificar varios aspectos clave del proyecto. Además, se ha generado un análisis DOFA en el que se pueden visualizar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades a las que se enfrentará el proyecto y aun planteamiento de estrategias que permitirán realizar un mejor proceso de planeación en la ejecución del proyecto.

El modelo CANVA se utiliza en la investigación de la información los posibles clientes, las propuestas de valor que se ofrecerán, a través de qué canales se dará a conocer la empresa, los aliados clave que esta tendrá y con que métodos la empresa gana dinero.

⁴⁴ SIERRA I, 14 Principios de Henry Fayol, “apmen” 2019, <https://asociacionmetal.com/los-14-principios-hfayoladministrar,empresa/#text=Fayol%20dispone%20que%20los%20empleados,de%20manera%20justa%20e%20imparcia>

Ilustración 11. Matriz CANVA.



Fuente: Elaboración propia.

Matriz DOFA

Fortalezas:

1. Experiencia y conocimientos en servicios de belleza y cuidado personal.
2. Ofrecer servicios nuevos en el mercado como la asesoría de imagen y el servicio del tratamiento profesional para la pediculosis (piojos).
3. Personal capacitado y certificado (técnico).
4. Ubicación estratégica con alta tráfico de personas que puedan adquirir los servicios de belleza.

Oportunidades:

1. Ampliar la oferta de servicios a través de la adición de nuevos tratamientos y productos.
2. Establecer alianzas estratégicas con empresas de productos de belleza y cuidado personal.
3. Realizar promociones y ofertas especiales para atraer a nuevos clientes.
4. Ampliar el personal para aumentar la capacidad de la idea de negocio.

Debilidades:

1. Falta de reconocimiento por el mercado.
2. Ser una empresa nueva en el mercado de la ciudad.
3. Poco personal disponible.
4. Servicio nuevo en el mercado de la ciudad (tratamiento profesional para la pediculosis)

Amenazas:

1. Crisis económicas que afecten el poder adquisitivo de los clientes.
2. Cambios en las tendencias y modas de belleza que puedan afectar la demanda de los servicios ofrecidos.
3. Competidores más fuertes en el mercado de la ciudad.
4. Que se repita una emergencia sanitaria mundial como el COVID 19.

Estrategias del DOFA

A continuación, se determinan las estrategias basadas en el DOFA realizado con el fin de generar un análisis interno y externo de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen.

Estrategia DO:

D1 – O2: Mediante las alianzas estratégicas se podrá llegar a mercados objetivos y crear una afiliación con distintas empresas de la ciudad.

D2 – O3: Mediante el uso de las ofertas y promociones de los servicios que brinda la idea de negocio dar a conocer la empresa en la ciudad.

D3 – O4: Implementar a medida que se necesite el personal en la empresa para brindar un servicio acorde a la demanda.

D4 – O1: Generar campañas en los colegios que permitan evidenciar la importancia del manejo profesional de la pediculosis (piojos).

Estrategias FA:

F1 – A3: Gracias a la certificación y conocimiento de los trabajadores de la idea de negocio la captación de clientes por satisfacción del servicio permitirá mantener a la empresa en el mercado.

F2 – A2: Mientras la empresa brinde al cliente la información necesaria para identificar la importancia de estos servicios le empresa se mantendrá en el mercado.

F3 – A4: Al tener personal capacitado para brindar los servicios le permitiría a la empresa en una pandemia capacitar y adecuar el establecimiento para brindar sus servicios.

F4 – A1: La ubicación estratégica permitirá captar la mayoría de los clientes que tengan la capacidad adquisitiva para tomar los servicios.

9.2. ORGANIGRAMA

El organigrama que se presenta para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen es horizontal ya que como afirma Frank Ostroff, “la estructura horizontal es la más apropiada para aplicar en la actualidad. Esto se debe a que la época actual se enfoca en los esfuerzos por alcanzar un acceso igualitario a la información. Por lo tanto, la descentralización de la estructura tradicional del poder es inminente”.⁴⁵

⁴⁵ Ostroff, Frank. La organización horizontal : la forma que transformara radicalmente el desempeño de las organizaciones del siglo xxi [en línea]. Los Angeles: Oxford University Press, 1999. [consultado el 2023].

Ilustración 12. Organigrama horizontal.



Fuente: Elaboración propia.

9.3. BASES DE DATOS Y SOFTWARES

A continuación, se presentan las plataformas y softwares que se utilizarán en la idea de negocio para el manejo administrativo de esta.

Nomina: Para el manejo del talento humano de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen la plataforma más apta es la alianza con la empresa simple en esa se llevará el pago de la seguridad social y prestaciones de los trabajadores.

Planilla empresa simple de seguridad social a continuación se muestra el logo de la plataforma.

Ilustración 13. Logo plataforma Simple.



Captación de personal: Para la captación del talento humano de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen la plataforma más apta es mediante CompuTrabajo ya que permite de manera gratuita ofertar los cargos disponibles a continuación se muestra el logo de la plataforma.

Ilustración 14. Logo plataforma CompuTrabajo.

CompuTrabajo

Contabilidad: en el área contable se implementaría una base de datos en Microsoft Excel ya que le permitirá a la idea de negocio de manera gratuita manejar una base de datos de sus ingresos y egreso. (Bases de datos de Excel).

Publicidad y atención virtual: las redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram y tik tok) serán el mejor aliado para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen ya que de manera gratuita se podrá mostrar al mercado los servicios que se brindarán.

Ilustración 15. Logo redes sociales.



9.4. PUESTO (DESCRIPCIÓN)

Generar una guía de cargo permite la descripción del puesto que identifica los cargos que se llevaran a cabo en la idea de negocio al ser un sector de belleza el profesional asesor de imagen cuenta con distintas capacidades como afirma Chiavenato "el cargo es la descripción de todas las actividades desempeñadas por la persona que lo ocupa, comprendidas en un todo unificado el cual ocupa un puesto en la organización. Gracias a los cargos, la organización puede

llegar a cumplir sus objetivos, a su vez la persona puede cumplir los suyos propios. Esto quiere decir que los cargos son la manera para que se relacionen la organización con las personas que trabajan en ella”.⁴⁶

Tabla 25. Descripción de puesto.

GUÍA DE CARGO GERENTE DE BEAUTY	GUÍA DE CARGO ASESOR DE IMAGEN DE BEAUTY
Nombre del puesto: Gerente.	Nombre del puesto: Asesor de imagen.
Tipo de jornada: jornada laboral completa 8 horas diarias 48 horas semana	Tipo de jornada: jornada laboral completa 8 horas diarias 48 horas semana
Ubicación: Fusagasugá Cundinamarca Carrera 8 # 10B Centro	Ubicación: Fusagasugá Cundinamarca Carrera 8 # 10B Centro
Perfil del cargo: profesional o técnico en áreas administrativas, económicas y contables.	Perfil del cargo: técnico profesional en peluquería y embellecimiento de manos y pies.
Relaciones clave: Internas: trabajadores Externas: proveedores, empresas y clientes.	Relaciones clave: Internas: trabajadores Externas: clientes
Tareas y funciones: El gerente debe -Planear, dirigir y controlar las decisiones administrativas de la empresa. -Dirigir y controlar las finanzas de la empresa. -Dar reportes del estado actual de la empresa a los propietarios de esta.	Tareas y funciones: el asesor de imagen debe -manejar las técnicas de colorimetría en todo tipo de cabello. -Manejar las técnicas de manicure y pedicure con esmalte semi permanente. -Manejar las técnicas de la asesoría y acompañamiento al cliente. -manejar las técnicas de tratamiento para la pediculosis (piojos). -manejar las técnicas de maquillaje profesional.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de mano de obra

El análisis de la mano de obra para un salón de belleza es un factor crítico para garantizar un servicio de alta calidad y satisfacción del cliente. Esto dependerá del tipo de servicios que se ofrezcan, la ubicación y el tamaño del salón, así como de las habilidades y experiencia de los trabajadores. Por lo general, los salones de belleza cuentan con los siguientes puestos de trabajo:

Asesores de imagen: Son expertos en el asesoramiento acompañamiento de la imagen del cliente mediante el cuidado y la belleza del cabello los servicios de colorimetría, maquillaje, manicura y pedicura y brindar un tratamiento profesional para la pediculosis (piojos).

⁴⁶ Angulo Perdomo, Juanita. el diseño de cargos en la organizacion moderna: diplomado gestión de desarrollo [en línea]. los Angeles: universidad de la sabana, 2004. [consultado el 2023]. Disponible en: <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4352/131145.pdf?sequence=1>.

Gerentes: Son responsables de la gestión general del salón de belleza, incluyendo la contratación de personal, la gestión de inventario y la supervisión de las operaciones diarias, así como la relación con los entes externos (empresas y proveedores) e internos que son los trabajadores.

Como afirma Gómez Carolina “Para determinar la mano de obra necesaria para un salón de belleza, es importante tener en cuenta el número de clientes que se esperan atender en un día, así como el tiempo que se tarda en realizar cada servicio. Es posible que sea necesario contratar a más personal durante los periodos de mayor demanda, como fines de semana o vacaciones”.⁴⁷

De esta manera BEAUTY “especialistas en imagen” decidió tener en cuenta para la contratación a dos asesores de imagen para realizar los servicios. A estas dos personas se les acordara un salario mínimo y todas las prestaciones de ley correspondientes. Con base en lo anterior, se elaboró una tabla detallada que describe lo que se le pagará a cada colaborador, tanto mensualmente como quincenal.

Tabla 26. Mano de obra.

NOMBRE	VALOR
Gerente	\$1.371.264
2 asesores de imagen	\$2.401.000
Arriendo	\$2.300.000
Atención al cliente (internet, tv y datos).	\$169.800
Papelería	\$130.000
Total	\$6.372.064

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27. Mano de obra 2.

Año		2023				
Salario \$1.160.000	Subsidio de transporte \$				2 SMLV	
	140.606				\$ 2.320.000	
BASE PARA PRESTACIONES: \$1.300.606						
BASE PARA VACACIONES: \$ 1.160.000						
CALCULO DE PRESTACIONES						
DETALLE	%	Valor en pesos mensual	Valor en pesos anual	Valor en pesos diario	Valor en pesos por hora	Valor en pesos quincenal
Salario		1.160.000	13.920.000	38.667	4.833	580.000
Auxilio de transporte		140.606	1.687.272	4.687	0	70.303
Cesantías	8,33%	108.384	1.300.607	3.613	452	54.192

⁴⁷ Ana Carolina Gómez Murcia Sala de belleza y estética carolina Gómez [sitio web] [consultado 2023] <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/6504/T04493.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Intereses ces.	1%	13.006	156.073	434	54	6.503
Vacaciones anual	4,17%	48.333	579.999	1.611	201	24.167
Prima anual	8,33%	108.384	1.300.607	3.613	452	54.192
Salud		0	0	0	0	0
Pensión	12%	139.200	1.670.400	4.640	580	69.600
Riesgos profesionales	1,044%	12.110	145.325	404	50	6.055
Caja de coompen. fam	4%	46.400	556.800	1.547	193	23.200
I.C.B.F.	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Sena	0%	0	0	0	0	0
total, empresa	38,9%	1.776.424	21.317.083	59.214		
					6.816	888212

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28. Mano de obra 3.

		Año		2023		
Salario \$1.300.000		Subsidio de transporte \$ 140.606		2 SMLV \$ 2.320.000		
BASE PARA PRESTACIONES: \$1.440.606						
BASE PARA VACACIONES: \$ 1.300.000						
CALCULO DE PRESTACIONES POR						
DETALLE	%	Valor en pesos mensual	Valor en pesos anual	Valor en pesos diario	Valor en pesos por hora	Valor en pesos quincenal
Salario		1.300.000	15.600.000	38.667	4.833	580.000
Auxilio de transporte		140.606	1.687.272	43.333	5.417	650.000
Cesantías	8,33%	120.051	1.440.607	4.687	0	70.303
Intereses ces	1%	14.406	172.873	4.002	500	60.025
Vacaciones anual	4,17%	54.167	649.999	480	60	7.203
Prima anual	8,33%	120.051	1.440.607	1.806	226	27.083
Salud		52.000	624.000	4.002	500	60.025
Pensión	12%	156.000	1.872.000	1.733	217	26.000
Riesgos prof.	1,044%	13.572	162.864	5.200	650	78.000
Caja de coompen. fam	4%	52.000	62.400	452	57	6.786
i.c.b.f.	0%	0	0	1.733	217	26.000
Sena	0%	0	0	0	0	0
Total empresa		1.976052	23.712622	65.868		
	39,3%				7.648	988.026

Fuente: Elaboración propia.

Aparte de eso también se incluye una tabla en la que se identifique el salario del gerente quien es la persona que está a cargo del establecimiento.

Al igual que en cualquier otro trabajo, es importante que los colaboradores de BEAUTY “especialistas en imagen” reciban un salario justo y competitivo por su trabajo. Además del salario, algunos beneficios como seguro médico que permite que el colaborador tenga acceso a servicios médicos en caso de emergencia, así como a citas médicas para chequeos de salud. Vacaciones pagadas esto permite a los colaboradores descansar y recargar energías sin tener que preocuparse por perder su salario o puesto de trabajo. Capacitación y desarrollo que no solo beneficia a los colaboradores, sino que también mejora la calidad del servicio ofrecido por el salón.

Descuentos en productos y servicios: ofrecer descuentos en productos y servicios a sus colaboradores es una forma incentivar su trabajo y fomentar su lealtad. Ambiente laboral positivo puede ayudar a mejorar la motivación y satisfacción en el trabajo.

10. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de la idea de negocio BEAUTY, se hace con el fin de identificar la viabilidad y rentabilidad que tendrá el proyecto, resumiendo todos los estudios en cifras financieras, y comparando la inversión con los flujos de caja proyectados en un horizonte de cinco años.

10.1. IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DEL SERVICIO

A continuación, se presenta la tabla de costos y precios de venta de los servicios a ofertar en la idea de negocios BEAUTY especialistas en imagen con el fin de evidenciar las ganancias que se podrían generar.

Tabla 29. Identificación de Costos del servicio

SERVICIO	COSTOS	PRECIO DE VENTA
Colorimetría (tinte plano)	Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Tinte • Guantes • Shampoo • Acondicionador • Silicona Servicios <ul style="list-style-type: none"> • Agua. • Luz. • Arriendo. • Mano de obra. Costo: 22.430 pesos	120.000 pesos.
Manicure y pedicure semipermanente	Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Removedor de esmalte. • Algodón. • Removedor de cutícula. • Gel exfoliante. • Esmalte. Servicios <ul style="list-style-type: none"> • Agua. • Luz. • Arriendo. • Mano de obra Costo: 7.071 pesos	70.000 pesos
Asesoría de imagen	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra. • Formatos impresos. Costo: 2.083 pesos	Valoración 10.000 pesos.
Tratamiento para la pediculosis	<ul style="list-style-type: none"> • Guantes. • Gorro. • Shampoo medicado. • Ungüento medicado. Servicios <ul style="list-style-type: none"> • Agua. • Luz. • Arriendo. • Mano de obra Costo: 9.747 pesos	Cita 70.000 pesos


Maquillaje	<ul style="list-style-type: none"> • Sombras. • Base. • Corrector. • Agua de rosas. • Crema hidratante. • Pestañas • Espolie • Esponja 	80.000 pesos
		Costo: 15.135 pesos

Fuente: Elaboración propia.

10.2. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS

Los gastos mensuales que se identificaron para la idea de negocio BEAUTY especialistas e imagen están relacionados con brindar un ambiente agradable para los posibles clientes.

Tabla 30. Determinación de los gastos.

Gastos administrativos	Pago mensual	Valor tomado de:
Gerente	1.200.000 pesos	Presupuesto de la empresa.
Arriendo	2.300.000 pesos	Presupuesto de la empresa.
Atención al cliente (internet, tv y datos).	169.800 pesos	
Papelería	130.000 pesos	Presupuesto de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

En la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se tuvo en cuenta dos asesoras de imagen que cuentan con todos los conocimientos para brindar todos los servicios que se ofertan en la idea de negocio por ende no se menciona manicurista o colorista si no asesores de imagen en general.

10.3. TABLA DE DEPRECIACIÓN

A continuación, se muestra la tabla que se utilizó como guía para aplicar la depreciación de los equipos de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen.

Tabla 31. Tabla de depreciación 1

TABLA DEPRECIACION ANUAL					
AÑOS DE DEPRECIACION	NOMBRE	VALOR	ANUAL	MENSUAL	
5	1 computador	\$8.394.400	\$1.678.880	\$139.907	
6	2 sillas de peluquería	\$5.000.000	\$1.000.000	\$83.333	
6	2 lava cabezas	\$7.000.000	\$1.400.000	\$116.667	
6	1 tocador maquillaje	\$2.100.000	\$420.000	\$35.000	
6	2 tocadores	\$5.000.000	\$1.000.000	\$83.333	
6	3 sillas auxiliares	\$2.400.000	\$480.000	\$40.000	
6	2 sillas pedicure	\$6.000.000	\$1.200.000	\$100.000	
6	2 mesas manicure	\$5.000.000	\$1.000.000	\$83.333	
6	1 silla maquillaje	\$1.700.000	\$340.000	\$28.333	
5	Sistema de cámaras de seguridad	\$1.999.900	\$399.980	\$33.332	
5	Tv 65 pulgadas	\$2.999.900	\$599.980	\$49.998	
	TOTAL	\$47.594.200	\$9.518.840	\$793.237	

10.4. INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión del proyecto según las necesidades de inversiones, instalaciones y capital de trabajo asciende a \$87.594.000

El valor de esta inversión se dará por parte de las dos principales emprendedoras y con aportes de un tercer socio interesado en este proyecto de inversión.

Tabla 32. Gastos organizacional

NOMBRE	VALOR
APORTE DE LOS SOCIOS 50%	\$30.000.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$10.000.000
MUEBLES Y EQUIPOS	\$47.594.000
TOTAL	\$87.594.000

Fuente: Elaboración propia. Cifras dadas en pesos.

10.5. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y COSTOS

El presupuesto de ingresos se proyecta en un horizonte de 5 años y muestra las proyecciones de ventas, según las estimaciones realizadas en el estudio de mercado en los pronósticos de precio y demanda. Igualmente, este presupuesto se determinó con el punto de equilibrio desarrollado en el numeral relacionado con el pronóstico de ventas.

Igualmente se presenta la información de costos analizada en el estudio técnico desarrollado anteriormente en este estudio.

Tabla 33. Presupuestos de ingresos y de costos

PRONOSTICO DE VENTAS					
PRONOSTICO CANTIDAD	2%	2%	2%	2%	2%
PRONOSTICO PRECIO	6,50%	6,50%	6,50%	6,50%	6,50%
CANTIDADES					
COLORIMETRIA	495	505	515	525	536
MAQUILLAJE	544	579	617	629	642
MANICURE Y PEDICURE	660	673	687	700	714
ASESORIA DE IMAGEN	343	350	357	364	371
PEDICULOSIS	273	278	284	290	296
TOTAL	2315	2361	2409	2457	2506
PRECIO DE VENTA					
COLORIMETRIA	\$120.000	\$127.800	\$136.107	\$144.954	\$154.376
MAQUILLAJE	\$80.000	\$85.200	\$90.738	\$96.636	\$102.917
MANICURE Y PEDICURE	\$70.000	\$74.550	\$79.396	\$84.556	\$90.053
ASESORIA DE IMAGEN	\$10.000	\$10.650	\$11.342	\$12.079	\$12.865
PEDICULOSIS	\$70.000	\$74.550	\$79.396	\$84.556	\$90.053
TOTAL	\$350.000	\$372.750	\$396.979	\$422.782	\$450.263
COSTO DE VENTA					
COLORIMETRIA	\$22.430	\$23.888	\$25.441	\$27.094	\$28.855
MAQUILLAJE	\$15.135	\$16.119	\$17.166	\$18.282	\$19.471
MANICURE Y PEDICURE	\$7.071	\$7.531	\$8.020	\$8.541	\$9.097
ASESORIA DE IMAGEN	\$2.083	\$2.218	\$2.363	\$2.516	\$2.680
PEDICULOSIS	\$9.747	\$10.381	\$11.055	\$11.774	\$12.539
TOTAL	\$56.466	\$60.136	\$64.045	\$68.208	\$72.642

10.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

A continuación, se evidencia el flujo de caja proyectado permite identificar la relación entre ingresos y egresos o salidas que tendrá el proyecto en el momento de la ejecución y durante los cinco años del horizonte.

Este es un estado financiero que se utiliza para prever una vista general de los resultados de la idea de negocio y en este caso se proyecta entre los años 2023 y 2026 con el momento de inversión o periodo cero.

Tabla 34. Flujo de caja proyectado

	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
FLUJO DE CAJA ANUAL		2023	2024	2025	2026	2027
	0					
INGRESOS						
COLORIMETRIA		\$59.400.000	\$64.526.220	\$70.094.833	\$76.144.017	\$82.715.246
MAQUILLAJE		\$43.520.000	\$49.361.472	\$55.987.016	\$60.818.695	\$66.067.348
MANICURE Y PEDICURE		\$46.200.000	\$50.187.060	\$54.518.203	\$59.223.124	\$64.334.080
ASESORIA DE IMAGEN		\$41.160.000	\$3.726.009	\$4.047.564	\$4.396.868	\$4.776.318
PEDICULOSIS		\$19.110.000	\$20.759.193	\$22.550.711	\$24.496.838	\$26.610.915
TOTAL		\$209.390.000	\$188.559.954	\$207.198.327	\$225.079.542	\$244.503.907
EGRESOS						
costo de venta						
COLORIMETRIA		\$11.102.850	\$12.061.026	\$13.101.892	\$14.232.586	\$15.460.858
MAQUILLAJE		\$10.441.060	\$9.338.573	\$10.592.044	\$11.506.137	\$12.499.116
MANICURE Y PEDICURE		\$3.846.624	\$5.069.610	\$5.507.117	\$5.982.382	\$6.498.661
ASESORIA DE IMAGEN		\$714.469	\$776.128	\$843.107	\$915.868	\$994.907
PEDICULOSIS		\$2.660.931	\$2.890.569	\$3.140.025	\$3.411.010	\$3.705.380
Depreciacion		\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840
gastos fijos		\$76.464.768	\$81.434.978	\$86.728.251	\$92.365.588	\$98.369.351
TOTAL EGRESOS		\$114.749.542	\$114.749.542	\$114.749.542	\$114.749.542	\$114.749.542
Utilidad antes de Impuestos		\$94.640.458	\$73.810.412	\$92.448.784	\$110.330.000	\$129.754.364
Impuesto 35%		\$33.124.160	\$25.833.644	\$32.357.075	\$38.615.500	\$45.414.028
Utilidad despues de Impuestos		\$61.516.298	\$47.976.768	\$60.091.710	\$71.714.500	\$84.340.337
Depreciación		\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840	\$9.518.840
INVERSIÓN						
Activos Fijos		\$87.594.000				
Capital de trabajo		\$10.000.000				
FLUJO DE CAJA	-\$97.594.000	\$71.035.138	\$57.495.608	\$69.610.550	\$81.233.340	\$93.859.177

Fuente: Elaboración propia.

10.7. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros son una herramienta de análisis fundamental que permiten determinar la viabilidad del proyecto, para este caso se obtuvieron de acuerdo con el flujo de caja los siguientes resultados.

Tabla 35. Indicadores de rentabilidad.

TIO	13,22%
VPN	\$41.823.236
TIR	66%
TIRM	37%

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de interés de oportunidad TIO, se estableció de cifras emitidas por estudios de corficolombiana, que determinaron el 13,22% como el rendimiento mínimo esperado de los inversionistas en Colombia.

Con la TIO, como tasa de estimación, se obtuvo un valor presente Netos VPN de \$41.823.236 y una tasa interna de retorno TIR del 66% lo que permite evidenciar la viabilidad y rentabilidad de la idea de negocio. La TIR supera la TIO en 52,78%, muy por encima de las expectativas de los inversionistas en

Colombia. El VPN presentado es positivo, en un valor que supera la inversión en más del 100% durante el horizonte del proyecto,

La TIR modificada, que se ajusta con la tasa de reinversión y presenta flujos de rentabilidad con mejor estimación, arrojo un resultado del 37% muy por encima de la TIO.

Con estas cifras que derivan de todos los estudios del proyecto, se puede decir con certeza que el proyecto será rentable y ratifica su viabilidad desde el punto de vista financiero.

11. ESTUDIO LEGAL

El estudio legal se aplicará a la idea de neológico BEAUTY especialista en imagen con el fin de identificar las leyes y normas por las que se debe regir la empresa.

11.1 TIPO DE SOCIEDAD.

La sociedad que se implementara para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen es una S.A.S ya que es la más conveniente para pymes o emprendimientos a continuación identificamos los aspectos legales de constitución y funcionamiento.

S.A.S sociedad por acciones simplificadas. Ley 1258 de 2008 artículo 5°, numeral 1°, de la Ley 1258 de 2008, determina que la sociedad por acciones simplificada se crea por acto jurídico que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil, en el cual debe expresarse el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.⁴⁸

11.2. ASPECTO LEGALES EN LA CONSTITUCIÓN DE LAS EMPRESAS

Para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se genera el contenido del documento de la sociedad por acciones simplificada que se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en un documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1°. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2°. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.
- 3°. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4°. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5°. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6°. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- 7°. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Para la apertura de la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen para el funcionamiento correcto de esta se registrará bajo la resolución número 2263 de 2004 Julio 14 Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones. Artículo 1°. Ámbito de aplicación. La presente resolución es de obligatorio cumplimiento para la apertura y funcionamiento de los centros de estética, institutos de belleza, centros de bronceado y demás establecimientos donde se realicen procedimientos cosméticos, faciales o corporales.

⁴⁸ Ley 1258 de 2008 31 sentencias, 21 artículos doctrinales, 8 noticias

11.3. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Para la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen se toma una postura con responsabilidad ambiental por ende el manejo correcto de los desechos es responsabilidad primordial para la idea de negocio a continuación se presentan las normas que regirán para tal acción. El ministro de la protección social en ejercicio de sus atribuciones legales y en especial de las conferidas por el artículo 429 de la Ley 09 de 1979, 711 de 2001 y el artículo 2° del Decreto 205 de 2002, Aspectos legales relacionados con la responsabilidad social y el cuidado del medio Ambiente la resolución 1164 de 2002 Por la cual se adopta el Manual de Procedimientos para la Gestión Integral de los residuos hospitalarios y similares. Y la aplicación del decreto 2676 (diciembre 22) “Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares”.

CONCLUSIONES

El estudio de mercado evidencia que la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen es factible para implementarla a la población de la ciudad de Fusagasugá, Cundinamarca.

Los resultados del estudio técnico indican que las adecuaciones y opciones de localización son favorables en el centro de la ciudad.

Se realizó el estudio administrativo que estableció la estructura organizacional horizontal y el material administrativo necesario para la ejecución del proyecto.

Se realizó un estudio financiero y se determina que la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen es viable gracias a los indicadores obtenidos.

Se estableció el marco legal en relación con las normas que exigen el crear la idea de negocio BEAUTY especialistas en imagen.

RECOMENDACIONES

En el estudio de mercado se sugiere usar estrategias de ventas aplicadas hacia los servicios de colorimetría, manicure y pedicure que tienen más aceptación según el análisis de las fuentes de recolección.

En el estudio técnico se sugiere utilizar la capacidad máxima de las instalaciones para hacer un aprovechamiento óptimo.

En el estudio administrativo se sugiere implementar el organigrama horizontal para tener una adecuada toma de decisiones para la dirección y liderazgo de la empresa.

En el estudio financiero se sugiere ajustar las proyecciones en el momento de la ejecución del proyecto, por cambios en las tasas de intereses y la inflación.

En el marco legal se seguirá revisar constantemente las normas relacionadas con el desarrollo del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Fusagasugá: POT (plan de organización territorial) Fusagasugá – Cundinamarca. [consultado el 2022]. Disponible en: [Fusagasugá \(fusagasuga.gov.co\)](https://fusagasuga.gov.co)

Analítica: detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.analitica.com/emprendimiento/noti-tips/detallan-tendencias-mercado-belleza-colombia/>.

Analítica: detallan tendencias del sector belleza en Colombia [sitio web]. Colombia: analítica, 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.analitica.com/emprendimiento/noti-tips/detallan-tendencias-mercado-belleza-colombia/>

Ana Carolina Gómez Murcia Sala de belleza y estética carolina Gómez [sitio web] [consultado 2023] <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/6504/T04493.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Angulo Perdomo, Juanita. el diseño de cargos en la organizacion moderna: diplomado gestión de desarrollo [en línea]. los Angeles: universidad de la sabana, 2004. [consultado el 2023]. Disponible en: <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4352/131145.pdf?sequence=1>.

Andrade, Simón. Diccionario de economía. tercera edición.: editorial Andrade, p. ISBN 245 y 246.

Añez, Jileana. web y empresas: ¿Qué es el Estudio Técnico de un proyecto? [sitio web]. : , 2022. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.webyempresas.com/estudio-tecnico-de-un-proyecto/>.

Avanza en tu carrera.com. [sitio web]. [consultado el 2022]. Disponible en: Especialista en imagen personal: estética y belleza (avanzaentucarrera.com).

Código de comercio, . artículo 515 del Código de Comercio [en línea]. : , 2023. [consultado el 2023]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Tramites-registrales/Que-es-un-establecimiento-de-comercio>.

Colorimetría capilar [sitio web] [consultado 2023]

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17498/Esquerre_M_YL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Construyendo autoestimas, femineidades y cuerpos a través de la moda en Bogotá [sitio web] <https://core.ac.uk/download/pdf/86438518.pdf>

Conexión esan, evaluación económica y financiera de proyectos [sitio web].: esan, 2016. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/evaluación-Económica-y-financiera-de-proyectos#:~:text=El%20economista%20mexicano%20Jorge%20Garc%C3%ADa%20Hoyos%20se%C3%B1ala%20que,del%20capital%20social%20aportado%20para%20financiar%20un%20proyecto.>

Diaz, Erika Lizzetti. idocub: estudio administrativo y legal del proyecto [sitio web].: , 2019. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://idoc.pub/documents/estudio-administrativo-y-legal-del-proyecto-d49o91197649>.

Doria, Patricia. Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens. [online]. 2012, n.42 [citado 2023-04-30], pp.101-106. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400008&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1853-3523.

Economipedia [sitio web], 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: segmentación por edad (economipedia.com).

El tiempo, El negocio de las peluquerías en Bogotá: Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990. En: *el tiempo.com*. Bogotá. 2014. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14208735>

Estética facial estudio asistido por ordenador [sitio web] [consultado 2023]
<https://seorl.net/PDF/cabeza%20cuello%20y%20plastica/150%20-%20principios%20de%20estética%20facial.%20estudio%20asistido%20por%20ordenador.pdf?boxtype=pdf&g=false&s=false&s2=false&r=wide>

Española, real academia. diccionario de la lengua española. 23. España: 2014. ISBN.

F. Javier Girela Tendencias: qué son, quién las decide y cuánto duran [sitio web]
<https://www.revistagq.com/moda/articulo/tendencias-que-son-comos-se-deciden-cuanto-duran>

Grupo Atico34 Ética profesional. Definición, funciones y ejemplos {sitio web} <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/etica-profesional/>

Guio Aguilar, E. (2015). Del arte a la experiencia estética: Interpretación y efectos cognitivos en la función estética. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1171/te.1171.pdf>

Gil, José María. Codirector: Moretti, Héctor Alberto Tesis presentada para la obtención del grado de Doctor en Filosofía [sitio web] [consultado el 2023] disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1171/te.1171.pdf>.

Inyira [sitio web], 2011. [consultado el 2022]. Disponible en: Métodos, técnicas y fuentes de recolección de datos | inyira (wordpress.com).

Kotler, Philip y Gary, Armstrong. Fundamentos de marketing. Octava edición: Pearson education México, 2008. 88 p. ISBN.

La república: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año [sitio web]. Bogotá: diario la república, 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año (larepublica.co).

Ley 1258 de 2008 31 sentencias, 21 artículos doctrinales, 8 noticias

Lifeder [sitio web], 2018. [consultado el 2022]. Disponible en: .lifeder.com/competencia-indirecta/lifider (lifeder.com).sitio web; www.lifeder.com/competencia-indirecta/.

Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera económica social ambiental. quinta.: mm, 2005. p. ISBN

Ostroff, Frank. La organizacion horizontal : la forma que transformara radicalmente el desempeno de las organizaciones del siglo xxi [en línea]. los Angeles: Oxford University Press, 1999. [consultado el 2023]. Disponible en: https://books.google.com.co/books/about/LA_ORGANIZACION_HORIZONTAL_LA_FORMA_QUE.html?id=xC6gAAAACAAJ&redir_esc=y.

Renata Virginia González-Consuegra1 • Diana Carolina Pérez-Valderrama1 • Luisa Fernanda Valbuena-Flor1 [sitio web] <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v64n2/v64n2a08.pdf>.

Rosa Marí Ytarte . ¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación. Gedisa. 2007 [sitio web] <http://www.terras.edu.ar/biblioteca/27/27Cultura-y-diversidad-cultural.pdf>.

SIERRA I, 14 Principios de Henry Fayol, “apmen” 2019, <https://asociacionmetal.com/los-14-principios-hfayoladministrar,empresa/#text=Fayol%20dispone%20que%20los%20empleados,de%20manera%20justa%20e%20imparcia>

Solano, Marlon. prezi: estudio ambiental de un recto de inversión [sitio web].: esan, 2017. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://prezi.com/ezc6xmt0k7vk/estudio-ambiental-de-un-proyecto-de-inversion/>.

Studocu [sitio web]. universidad el salvador: el salvador, 2021. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-de-el-salvador/psicologia-pedagogica/la-investigacion-descriptiva/15968833>.

Vilar, Consol. Consol Vilar: imagen personal comunicación corporativa [sitio web]. c/Vilarós 3-5, 08022 Barcelona: Imagen personal & profesional, 24 noviembre, 2015. [consultado el 2022]. Disponible en: <https://www.consolvilar.com/contacto/>.

Vernieri, María Julia. Adolescent psychology [en línea]. : Bonum, 2006. [consultado el 2022]. Disponible en: https://books.google.com/books/about/Adolescencia_y_autoestima.html?id=OScABwE5FREC.

ANEXOS

Anexo 1. FORMATO DE ENCUESTA IDEA DE NEGOCIO EMPRESA BEAUTY

1. Nombre:
2. Genero
 - a) Femenino

- b) Masculino
3. ¿Qué edad tiene?
 - a) Menor de 18 años.
 - b) 18 años a 30 años.
 - c) 30 años a 50 años.
 - d) 50 años a 70 años.
 - e) Mas de 70 años.
 4. Ocupación
 - a) Estudiante
 - b) Independiente
 - c) Trabajador
 - d) Pensionado
 - e) Otro:
 5. ¿Cuándo acude a la peluquería que servicios usa?
 - a) Corte de cabello
 - b) Cepillado
 - c) Maquillaje
 - d) Manicure y pedicure
 - e) Peinados
 - f) Color
 6. ¿Con que frecuencia acude a los servicios de peluquería?
 - a) 1 vez al mes
 - b) 2 a 3 veces al mes
 - c) 4 a 5 veces al mes
 - d) Mas de 5 veces al mes
 7. ¿cuál es el servicio que más utiliza?
 - a) Corte de cabello
 - b) Cepillado
 - c) Maquillaje
 - d) Manicure y pedicure
 - e) Peinados
 - f) Color
 8. ¿Conoce en la ciudad de Fusagasugá una peluquería que brinde los servicios de asesoría de imagen?
 - a) Si
 - b) No
 9. Sí le decimos que se traerá a la ciudad de Fusagasugá un nuevo servicio de asesoría de imagen donde se hace un acompañamiento al cliente para resaltar su imagen personal. ¿usted tomaría el servicio?
 - a) Si, me parece muy innovador
 - b) No me parece algo necesario
 10. Los piojos (pediculosis) es un problema común que debe tratarse de manera profesional, si le decimos que se traerá un servicios de tratamiento profesional para la pediculosis (piojos) en la peluquería ¿adquiría el servicio?
 - a) Si, me parece muy innovador
 - b) No me parece al necesario

11. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar al mes por servicios en peluquería?
- a) De 20.000 a 50.000 pesos mensuales
 - b) De 50.000 a 80.000 pesos mensuales
 - c) De 90.000 a 120.000 pesos mensuales
 - d) Mas de 120.000 pesos mensuales