UCAB Universidad Católica ANDRÉS BELLO

VICERRECTORADO ACADEMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
AREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

DETERMINACION DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE BELLEZA DE LA POBLACION DE CIUDAD PIAR

Presentado por
Berdayes López Vanessa

Para optar al Título de
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor
Roa Gustavo

Ciudad Guayana, febrero de 2015.

AA5989

UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
VICERRECTORADO ACADEMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
AREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

DETERMINACION DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE BELLEZA DE LA POBLACION DE CIUDAD PIAR

Presentado por
Berdayes López Vanessa

Para optar al Título de
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor
Roa Gustavo

Ciudad Guayana, febrero de 2015.

UCAB Universidad Católica ANDRÉS BELLO

VICERRECTORADO ACADEMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
AREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

Carta de Aceptación del Asesor

Profesor: Amalia Quintero

Director Postgrado en Gerencia de Proyectos

Estimado Director:

Me dirijo a usted en la oportunidad de hacer de su conocimiento, que el Trabajo Especial de Grado, titulado: "Determinación de factibilidad para la creación de un salón de belleza de Ciudad Piar"; realizado y presentado por el participante Vanessa Berdayes López, C.I. 18476311, estudiante del postgrado Gerencia de Proyectos de Ucab Guayana, se ha concluido; y que en mi condición de asesor, hago constar que he leído y revisado el mencionado Trabajo, y manifiesto que se encuentra listo para la evaluación definitiva.

En Puerto Ordaz, a los 24 días del mes de octubre de 2014.

_____

Gustavo Roa

CI. 5.407.044

Lista de Siglas

WBS: Estructura desagregada de trabajo.

Invima: Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.

PMI: Project Management Institute.

PRD: Período de Recuperación Descontado.

SACS: Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria del estado Aragua.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

UCAB: Universidad Católica Andrés Bello.

VPN: Valor Presente Neto.

UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
VICERRECTORADO ACADEMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
AREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

DETERMINACION DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE BELLEZA DE LA POBLACION DE CIUDAD PIAR

Autor: Vanessa Berdayes López
Asesor: Gustavo Roa
Fecha: Febrero 2015

Resumen

El objetivo del proyecto fue determinar la factibilidad para la creación de un salón de belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar (ambiente agradable, personal calificado, con calidad e higiene, siendo vanguardista de la moda, horarios cómodos, precios justos, y que esté destinado al servicio de peluquería familiar). La metodología que se utilizó es la propuesta por el economista Blanco (2010). Los datos utilizados en el estudio de mercado se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas validadas por dos profesores y de entrevistas no estructuradas. Del mismo, se concluyó que la demanda de este tipo de servicios se considera de media a alta. En el estudio técnico se utilizaron los resultados obtenidos del estudio de mercado lo que permitió determinar la capacidad instalada y utilizada (100% y 60% con incremento anual del 10%). El estudio económico-financiero se realizó con datos de los estudios anteriores con los cuales se determinaron (ingresos operacionales, gastos de fabricación, estado de resultados, flujo de fondos, punto de equilibrio, productividad, rentabilidad financiera entre otros). En el análisis de sensibilidad se seleccionaron un grupo de parámetros bajo el enfoque pesimista como castigo al proyecto, sin embargo al finalizar la tercera fase se mostró que aún variando los dos parámetros críticos la TIR se mantiene por encima de la TCC. Sobre la base de los resultados se concluye que el estudio presenta factibilidad de mercado, técnica y económico-financiera pues la TIR del negocio y del promotor son mayores a la TCC.
Palabras clave: estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico – financiero, peluquería.
Línea de trabajo: Formulación y Evaluación de Proyectos.

Índice

	Pág.
Índice	vi
Lista de Tablas	xi
Lista de Figuras	xii
Introducción	1
I. El Problema	3
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Objetivos de la Investigación	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
1.3 Justificación e Importancia	8
1.4 Alcance	10
1.5 Limitaciones	10
II. Marco Teórico	11
2.1 Antecedentes de la Investigación	11
2.2 Fundamentos Teóricos	16
2.2.1 Proyecto.	16
2.2.2 Fases de un proyecto.	16
2.2.3 Formulación y evaluación de proyectos.	17
2.2.4 Esquema de un estudio de factibilidad.	18
2.2.4.1 Estudio de mercado.	20
2.2.4.1.1 Descripción del producto, características y usos.	21
2.2.4.1.2 Demanda.	21

2.2.4.1.3 Oferta del producto. 21
2.2.4.1.4 Mercado potencial. 21
2.2.4.1.5 Formación del precio 21
2.2.4.1.6 Canales de comercialización. 22
2.2.4.2 Estudio técnico. 22
2.2.4.2.1 Cronograma de la proyección. 22
2.2.4.2.2 Localización del proyecto. 22
2.2.4.2.3 Infraestructura de servicios. 23
2.2.4.2.4 Tecnología utilizada. 23
2.2.4.2.5 Proceso de producción. 23
2.2.4.2.6 Desechos y pérdidas del proceso. 23
2.2.4.2.7 Control de calidad. 23
2.2.4.2.8 Volumen de ocupación. 24
2.2.4.2.9 Capacidad instalada y utilizada. 24
2.2.4.3 Estudio económico – financiero. 24
2.2.4.3.1 Herramientas utilizadas para determinar la factibilidad desde el punto de vista económico financiero. 25
2.2.4.3.1.1 Valor presente neto. 25
2.2.4.3.1.2 Tasa interna de retorno. 25
2.2.4.3.1.3 Periodo de recuperación descontado. 26
2.2.4.3.1.4 Punto de equilibrio 26
2.2.4.4 Análisis de sensibilidad. 26
2.3 Fundamentos Legales 27

III. Marco Metodológico 28
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación 28
3.2 Población y Muestra 29
3.3 Técnicas e Instrumentos 30

3.4 Análisis e Interpretación de los Datos 31
3.5 Operacionalización de las Variables 32
3.6 Estructura Desagregada de Trabajo 34
3.7 Cronograma de Actividades 34
3.8 Presupuesto del Proyecto 36
3.9 Consideraciones Éticas 38

IV. Marco Referencial 39
4.1 Reseña de Ciudad Piar 39
4.2 Definición de Peluquería 39
4.3 Historia de la Peluquería 40

V. Análisis y Resultados de la Investigación 41
5.1 Estudio de Mercado 41
5.1.1 Descripción del producto. 41
5.1.1.1 Lavado de cabello. 41
5.1.1.2 Corte. 41
5.1.1.3 Secado. 42
5.1.1.4 Planchado. 42
5.1.1.5 Peinado. 42
5.1.1.6 Tratamientos capilares. 42
5.1.1.7 Química capilar. 42
5.1.1.8 Manicure, pedicure y estética de uñas. 42
5.1.2 Demanda. 43
5.1.3 Oferta del producto. 45
5.1.4 Mercado potencial. 48
5.1.5 Formación del precio. 49
5.1.6 Canales de comercialización. 52

5.2 Estudio Técnico 52
5.2.1 Cronograma de la proyección. 53
5.2.2 Localización de proyecto. 53
5.2.3 Infraestructura de servicios. 54
5.2.4 Tecnología utilizada. 55
5.2.5 Proceso de producción. 56
5.2.5.1 Lavado de cabello. 56
5.2.5.2 Corte. 57
5.2.5.3 Secado. 58
5.2.5.4 Planchado. 59
5.2.5.5 Peinados. 60
5.2.5.6 Tratamientos capilares. 61
5.2.5.7 Química capilar. 62
5.2.5.8 Manicure - pedicure y estética de uñas. 64
5.2.6 Desechos y pérdidas del proceso. 65
5.2.7 Control de calidad. 66
5.2.8 Volumen de ocupación. 66
5.2.9 Capacidad instalada y utilizada. 68
5.3 Estudio Económico - Financiero 72
5.4 Análisis de Sensibilidad 77
5.4.1 Análisis de sensibilidad fase 1. 77
5.4.2 Análisis de sensibilidad fase 2. 79
5.4.3 Análisis de sensibilidad fase 3. 80

VI. Evaluación del proyecto 81

VII. Conclusiones y Recomendaciones 84

Referencias Bibliográficas 85
Anexos 88

Lista de Tablas

		Pág.
1.	Operacionalización de los objetivos	33
2.	Análisis de precios de la competencia.	50
3.	Precios del caso en estudio.	52
4.	Maquinaria y equipos.	55
5.	Salario.	68
6.	Capacidad instalada y utilizada.	69
7.	Inversión total.	72
8.	Punto de equilibrio.	73
9.	Rentabilidad financiera.	75
10.	Análisis de sensibilidad fase 1.	77
11.	Análisis de sensibilidad fase 2.	78
12.	Análisis de sensibilidad fase 3.	79

Lista de Figuras

	Pág.
1. Ciclo de vida del proyecto (Palacios, 2005).	17
2. Esquema de un estudio de factibilidad (Blanco, 2010).	19
3. Estructura desagregada de trabajo (WBS).	34
4. Cronograma de actividades.	35
5. Informe presupuestario.	37
6. Determinación del mercado potencial.	44
7. Determinación de la frecuencia de consumo.	45
8. Valoración del servicio prestado por los competidores.	46
9. Preferencia sobre la ubicación.	47
10. Preferencia de atributos ineludibles.	47
11. Determinación de servicios.	48
12. Cronograma de la proyección.	53
13. Plano de la peluquería.	54
14. Proceso de producción lavado de cabello.	57
15. Proceso de producción corte de cabello.	58
16. Proceso de producción secado de cabello.	59
17. Proceso de producción planchado de cabello.	60
18. Proceso de producción peinados de cabello.	61
19. Proceso de producción tratamientos capilares.	62
20. Proceso de producción química capilar.	64
21. Proceso de producción manicure - pedicure - estética de uñas.	65
22. Posible estructura organizativa del salón de belleza.	67

Introducción

La formulación y evaluación de proyectos es una metodología que permite determinar las mejores opciones para invertir recursos y maximizar utilidades, de igual manera puede considerarse, como el desarrollo de actividades orientadas a la toma de decisiones sobre la inversión o no en un proyecto dado. La aplicación de esta metodología no es privilegio de un solo sector profesional, son muchos los que se ven involucrados en ella a través de su ejercicio profesional.

Por tal motivo y en vista del crecimiento sostenido que se observa en Ciudad Piar, estado Bolívar como consecuencia de la construcción de la Ciudad del Acero (Siderúrgica Nacional), la construcción de una Planta de Concentración de Mineral de Hierro y las explotaciones de los cerros Bolívar, San Isidro, Las Pailas, Los Barrancos y Altamira, se pretendió conocer cuál es la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza en esta ciudad.

Para cumplir con el objetivo general se realizó primeramente un diagnóstico del funcionamiento de los salones de belleza existentes en la zona; posterior a ello se analizaron aspectos relacionados con el mercado (descripción del producto, demanda, oferta, mercado potencial, precio) y luego se realizó un estudio técnico que soportara el proyecto (cronograma de la proyección, localización del salón de belleza, tecnología, control de calidad). Se determinó así, la factibilidad desde el punto de vista económico – financiero a través de herramientas, tales como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno, el punto de equilibrio y el Período de Recuperación Descontado. Por último, se realizó el análisis de sensibilidad en donde se plantearon distintos escenarios que pudiesen afectar el proyecto y sus resultados.

El aporte que brindó este estudio fue de gran relevancia pues aquí quedaron sentadas las bases para la creación de una empresa la cual logrará satisfacer las necesidades existentes en el ramo con profesionalismo, calidad, higiene, ambiente familiar, vanguardismo y renovación tecnológica logrando que los usuarios gocen de una imagen digna de ser exhibida en cualquier lugar.

Para dar forma y consistencia, este documento está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I. El Problema: contiene el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación (objetivo general y objetivos específicos), la justificación e importancia.

Capítulo II. Marco Teórico: muestra los antecedentes, las bases teóricas que sustentarán el estudio y los fundamentos legales.

Capítulo III. Marco Metodológico: contiene el tipo, nivel y modalidad de la investigación, población y muestra, técnica e instrumentos, análisis e interpretación de los datos, variables y su operacionalización, estructura desagregada de trabajo, cronograma de actividades, presupuesto del trabajo y consideraciones éticas y legales.

Capítulo IV. Marco Referencial: contiene una breve reseña del lugar en estudio, la historia de la peluquería y su definición.

Capítulo V. Análisis y resultados de la investigación: presenta los resultados del análisis de mercado, técnico, económico - financiero y de sensibilidad.

Capítulo VI. Evaluación del proyecto: da respuestas a las interrogantes de la investigación.

Capítulo VII. Conclusiones y recomendaciones. Contiene las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Finalmente se presentan las Referencias Bibliográficas y un conjunto de anexos atinentes a la investigación.

Capítulo I
El Problema

En el Capítulo se describe la situación objeto de estudio donde se inserta el problema, así como también los objetivos la justificación e importancia.

1.1 Planteamiento del Problema

Ciudad Piar, localizada en el municipio Bolivariano Angostura del Estado Bolívar, tiene su economía basada en gran parte, en la extracción del mineral de hierro que existe en los cerros que la rodean (cerro San Isidro, cerro Bolívar, Las Pailas, Los Barrancos y cerro Altamira) en donde se ubica una de las más importantes reservas de material ferroso del mundo.

El crecimiento sostenido de ésta población como consecuencia de las industrias en el sector minero y siderúrgico, ha hecho de Ciudad Piar una zona importante para la inversión comercial. Crear un salón de belleza podría llegar a ser un negocio rentable y generador de empleo.

Las industrias relacionadas con la belleza han reportado un crecimiento constante en los últimos años, lo que indica que son numerosas las personas que buscan mantenerse arregladas y están dispuestas a pagar cantidades de dinero con tal de conseguirlo, es aquí donde se observó una posible oportunidad de negocio. Un estudio realizado por ACNielsen (2004) muestra que uno de los mercados en crecimiento alrededor del mundo se trata del cuidado para el cabello, arrojando como resultado en Latinoamérica un crecimiento del 4%.

La peluquería es un oficio artístico a través del cual el estilista, usando diferentes técnicas de manipulación del cabello, logra cambiar la imagen de la persona al

resaltar sus atributos. De esta manera el cliente obtiene una apariencia agradable que le permitiría ser gustosamente recibido en cualquier lugar. Es en manos de expertos profesionales en quienes se debe depositar la confianza a la hora de un tratamiento capilar.

Las extensiones de cabello fijas o las de quita y pon, los rinses, los moños postizos, los tintes de calidad que no maltratan el cabello, las ceras, geles y espumas que texturizan y dan forma, los accesorios, y todos y cada uno de los productos que pueden encontrarse en el mercado formulados para el cabello han convertido lo que era un lujo en una necesidad, y el negocio de la belleza ha entrado en la mayoría de hogares.

> Para Espitia (2012) "hoy tener una buena imagen no solo es necesario, sino muy importante para tener éxito en la vida. Una buena presentación personal habla muy bien de nosotros. Por ayudar a esta buena imagen, las peluquerías se han convertido en el lugar preferido para estructurar y fortalecer la imagen que queremos proyectar".

De acuerdo a las Normas para la regulación y el control del funcionamiento de los establecimientos de estética humana (2013), los salones de belleza deben reunir ciertas características mínimas de funcionamiento. Las prácticas que se ejerzan en los establecimientos de estética humana, sólo se podrán realizar en establecimientos permanentes, quedando prohibida su práctica ambulante. Se obliga a poseer el permiso sanitario de funcionamiento. Los locales deben estar limpios, desinfectados y en buen estado. Conviene disponer de un espacio adecuado para la actividad de desinfección y esterilización. Las paredes y suelos serán de materiales lisos e impermeables, de fácil limpieza y desinfección. Los productos de uso y consumo humano que se utilicen deberán contar con registro sanitario. Personal entrenado para

evitar el contagio de enfermedades. Mobiliario de uso exclusivo para el salón, entre otros.

Sin embargo, existen salones de belleza que no cumplen con estas normas, Colombia es una evidencia de ello. El diario El País hizo un recorrido por algunos centros de belleza de Colombia y comprobó que en la mayoría de ellos se desconocen las medidas de seguridad que se deben tomar para evitar el contagio de enfermedades e infecciones. "El 70% de los salones de belleza no cumplen normas así lo confirmó la Secretaría de Salud Pública Municipal de Cali Colombia" (Guzmán, 2008).

Por otra parte, Wílber Caicedo, profesional universitario de la Secretaría antes mencionada, denunció que otro de los principales problemas que se registran en los salones de belleza, principalmente en los que están ubicados en barrios populares o en el centro de la ciudad, tiene que ver con el uso de productos de mala calidad, que no están certificados por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima (Guzmán, 2008).

Venezuela no escapa a esta realidad. En el estado Aragua el servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria cerró peluquerías y Spa por no poseer permisos sanitarios (Barrios, 2014).

En Ciudad Piar algunos de los salones de belleza allí establecidos, no cumplen con las normas de requisitos arquitectónicos para establecimientos de salud estética humana, implantadas en las Normas mediante las cuales se crean los requisitos arquitectónicos para los establecimientos de Salud Estética Humana (2001); dentro de las cuales se pueden mencionar: área mínima de 4 m^2 por puesto de trabajo para los servicios de cosmetología, tintes, cortes y secado; área mínima de 3 m^2 por puesto de trabajo para lavado de cabello; un ambiente de espera; área para recepción y caja; un área con cuarto de aseo para lavamopas, entre otros.

La inquietud que se percibió de los habitantes a la hora de asistir a los salones de belleza allí establecidos, radica en la carencia de un establecimiento con las características mencionadas anteriormente. Un ambiente agradable, con personal calificado, con calidad e higiene, que se adapte a la nueva realidad, siendo vanguardista de la moda, que ofrezca horarios cómodos, precios justos, que este destinado al servicio de peluquería familiar y, a todos los gustos.

Para Fowler (2009) es necesario que el peluquero tenga conocimientos culturales, artísticos, comerciales y sobre todo técnicos, tales como: química, para conocer la acción de los productos que se emplean; biología, porque ha de tener conocimiento sobre la constitución de la piel y cabellos; higiene capilar, ya que debe detectar las principales afecciones o enfermedades del cuero cabelludo y de la piel, señalarlas al cliente y hacerles ver la necesidad de asistir a un médico especialista; y, la colorimetría, porque ha de estar en la capacidad de realizar tintes con ayuda de colorantes especiales sin romper la armonía que existe entre el tinte y el color de la piel de la persona.

Capacitarse, ayuda a conseguir esa seguridad que se necesita al trabajar con público, el no hacerlo, genera en el profesional una sensación de dudas y temores que le impedirán brindarle al cliente un servicio de calidad con el cual se sienta a gusto y le anime a regresar.

La opinión que pueda tener un cliente depende no solamente de la calidad del trabajo, sino también, de la manera con que haya sido recibido y tratado, por lo tanto, cuanto más seguro esté de encontrar en el peluquero una acogida amable más fácil solicitará sus servicios nuevamente.

Por las razones mencionadas anteriormente, se consideró conveniente estudiar la posibilidad para la creación un salón de belleza que satisfaga las necesidades de la población de Ciudad Piar. Por tal motivo se formularon las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual del mercado en cuanto al servicio ofrecido por los salones de belleza?

¿Cuáles son los elementos técnicos - operativos para la instalación del salón de belleza?

¿Cuál será la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar?

¿Cuales parámetros pueden afectar negativamente el proyecto?

La necesidad de dar respuesta a estas interrogantes, fue la razón de ser de este proyecto de investigación.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo general.

- Determinar la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Evaluar aspectos relacionados con el mercado (situación actual de los salones de belleza, competidores, descripción del producto, demanda, oferta, mercado potencial, precio).

- Realizar el estudio técnico (cronograma de la proyección, localización del salón de belleza, tecnología, control de calidad).

- Evaluar la factibilidad desde el punto de vista económico – financiero a través de herramientas, tales como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno, el punto de equilibrio y el Período de Recuperación Descontado.

- Realizar un análisis de sensibilidad para determinar variables que pongan en riesgo el emprendimiento.

1.3 Justificación e Importancia

La escasez de empleo deja una puerta abierta para incursionar en el mundo de los negocios. La actividad comercial es una de las alternativas que cubre las expectativas de obtener una fuente de ingresos económicos.

> "El objetivo prioritario de todo proyecto privado de inversión no es obtener una rentabilidad financiera sino satisfacer una necesidad humana en forma eficiente, a través de la producción de bienes y/o servicios, conociendo que los recursos disponibles son escasos, y, entonces, al término del proyecto, como consecuencia obvia, obtener una rentabilidad financiera" (Blanco, 2010, p. 169).

A pesar de la reciente crisis económica, el negocio de los salones de belleza ha sido uno de los menos afectados en términos de ingresos pues de una u otra manera, todos necesitan permanentemente realizar una debida higiene y embellecimiento capilar.

En vista de esto y del crecimiento sostenido que se ha observado en los últimos 10 años en Ciudad Piar a raíz de la construcción de la Planta de Concentración de Mineral de Hierro y de la Siderúrgica Nacional, la demanda del servicio de peluquería no solamente se ha mantenido sino que pareciera ir en crecimiento.

Cada vez más personas se interesen en tener una buena presentación personal por razones laborales y por la misma presión social. La apariencia personal es una carta de presentación, pues la imagen juega un papel primordial al momento de una entrevista laboral, en una reunión de negocios, en una celebración y en cualquier ámbito. Si la persona presenta un aspecto poco prolijo y descuidado se vería forzada a demostrar más sus méritos o cualidades pues en muchos casos, ni siquiera le brindan esa oportunidad de hacerlo.

Los salones de belleza se han convertido en el más fiel aliado en este sentido. En ellos, los peluqueros realizan una contribución esencial a la autoestima de las personas, por lo tanto, para cada ocasión han de servir de apoyo al cliente, logrando sacar el mejor provecho de sus conocimientos para ofrecer diseños personalizados que permitan mejorar la imagen de cada uno de ellos.

La creación de un salón de belleza es una opción en Ciudad Piar pues esta idea surgió de la necesidad de llenar un vacío presente en el área de la peluquería, ya que el servicio que se presta actualmente es escaso y carente de los requerimientos de los usuarios: calidad, higiene, tecnología, profesionalismo, atención esmerada, horarios cómodos, precios justos, local confortable y dedicado al servicio de la peluquería familiar, es decir, a niños, adolescentes y adultos de ambos sexos y, por supuesto a la vanguardia de la moda.

La creación de un salón con estas características evitaría, de inmediato, la migración de la población a las ciudades más cercanas (Ciudad Bolívar y Puerto Ordaz) en busca de un servicio que cumpla con sus expectativas. De esta manera, el cliente podría economizar tiempo y dinero pudiendo ser atendido en su localidad cómodamente y con iguales o mejores resultados.

1.4 Alcance

Determinar la factibilidad para la creación de un salón de belleza que satisfaga las necesidades de la población de Ciudad Piar en un período de 5 meses, con un costo aproximado de 42.000.000 Bs.

1.5 Limitaciones

El presente trabajo de investigación comprende la evaluación de un proyecto que permitió determinar cuál la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar. Es decir, se limitó a evaluar la factibilidad como elemento indispensable para la toma de decisiones en cuanto a la creación o no del salón, por lo tanto, la investigación no abarca la puesta en marcha del salón de belleza ni la evaluación de los resultados posteriores a su creación.

Capítulo II
Marco Teórico

En este Capítulo se presentan una serie de elementos conceptuales que permitieron comprender y analizar las ideas para facilitar el entendimiento de la investigación.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Jiménez y Marimon (2009) "Estudio de factibilidad para determinar la viabilidad financiera de la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en la isla de tierra bomba". Cartagena de Indias.

Esta investigación pretende implementar una nueva alternativa de prestación de servicios ecoturísticos en la zona, compitiendo en el mercado local y regional. Tiene previsto generar valor agregado, empleo e ingreso a la población y aprovechamiento de los recursos naturales, en donde la actividad turística contribuya a la valorización de la naturaleza y la cultura. Su principal objetivo es determinar la factibilidad desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero con la Creación de una Empresa Prestadora de Servicios Ecoturísticos en La Isla de Tierra Bomba.

El proyecto se considera atractivo ya que representa una oportunidad de negocio rentable, especialmente para los emprendedores, puesto que según los resultados financieros, con una inversión inicial de $67.500.000, en un periodo de 5 años los resultados serán óptimos en cuanto a liquidez, márgenes de utilidad y capital de trabajo.

Palabras clave: ecoturismo, estudio de factibilidad, empresa de servicios.

Este trabajo sirvió de guía para la realización del proyecto pues en él, se determina la viabilidad financiera para la creación de una empresa, lo cual permitió tener una idea más amplia en cuanto a evaluación de proyectos así como también representa una iniciativa de emprendimiento empresarial.

García (2009) "Estudio de factibilidad de exportación de granadilla al mercado Alemán". Quito – Ecuador.

El propósito fundamental de la investigación busca demostrar que el Ecuador posee todas las condiciones necesarias para no mantenerse al margen del proceso de globalización en el contexto del comercio exterior. El objetivo general consiste en realizar un Estudio de Factibilidad referente a la exportación de la Granadilla al mercado Alemán, mediante la demostración de la demanda insatisfecha de dicho mercado y la capacidad exportable del Ecuador, así como también las condiciones de logísticas requeridas, y la rentabilidad para el exportador; con la utilización del Sistema de Inteligencia de mercado. La metodología empleada para la confirmación de la hipótesis está sustentada en una inteligencia de mercados tanto a nivel nacional como internacional en donde se pudo evidenciar la demanda insatisfecha en el mercado Alemán en el consumo de la Granadilla así como también la capacidad exportable del país.

Los resultados más relevantes de este trabajo se justifican en los índices financieros en donde para iniciar con un negocio de exportación de granadilla se requerirá una inversión total de $92.838,53 esperando vender en el primer año $323.400,00 con una Tasa Interna de Retorno del 29,69%, El periodo de recuperación es de 2 años y de acuerdo al cálculo del punto de equilibrio se determina que este se encuentra en $ 292.700,14 y 76.026 unidades, meta que la exportadora debe cumplir para cubrir eficientemente sus costos fijos y sus costos variables.

Palabras clave: estudio de factibilidad, demanda, exportación de granadilla.

El aporte más relevante que contribuyó y sirvió de guía para la realización del proyecto se trata de la metodología empleada en cuanto a la determinación de la demanda insatisfecha de dicho mercado.

Farnetano (2009) "Estudio de factibilidad técnico económico para la instalación de una planta de manufactura de cerveza en el Estado Aragua". (Tesis de especialista) Recuperada de la base de datos de la UCAB.

Su objetivo es realizar un estudio de factibilidad técnico económico para la instalación de una planta de manufactura de cerveza en el Estado Aragua. Pretende evaluar tanto los lineamientos filosóficos como el estudio de factibilidad para la ampliación de la producción de la empresa a través de la instalación de una segunda planta de Cervecería Tovar C.A con el propósito de otorgarles a los accionistas, una herramienta fehaciente en la toma de decisiones para realizar la inversión requerida destinada a la ampliación de la capacidad de producción de la planta y la industrialización de su proceso productivo.

El grado de variación de los parámetros más sensibles de la empresa no incide marcadamente sobre su desenvolvimiento de mercado, técnico, económico y financiero por lo que no representa un mayor riesgo para el cumplimiento de los objetivos; por lo tanto, el estudio presenta factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera.

Palabras clave: estudio de factibilidad, estudio técnico económico, instalación de una planta, ampliación, inversión,

El proyecto se utilizó como guía para la realización del análisis de sensibilidad el cual está hecho desde la óptica de los escenarios pesimistas que pudieran presentarse, dejando de lado los escenarios optimistas.

Ramírez (2005) "Estudio de factibilidad económica y financiera de la instalación y puesta en marcha de una institución de microfinanzas". (Tesis de especialista) Recuperada de la base de datos de la UCAB.

En la investigación se determina la factibilidad económica y financiera de la instalación y puesta en marcha de una institución de microfinanzas contemplando la realización de un estudio de mercado apoyado en la investigación del mercado de las

instituciones de microfinanzas; un estudio técnico, referido a la documentación de las variables que componen todo el proceso desde que se pone en marcha el proyecto y coloca el crédito y, por último, el estudio económico financiero y análisis de sensibilidad. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la observación directa y documental.

De acuerdo a los objetivos propuestos los resultados alcanzados fueron los siguientes:

Estimar los ingresos de una institución de microfinanzas. Para el desarrollo de este objetivo el investigador acudió al juicio de expertos permitiendo determinar las principales fuentes de ingresos en el negocio de la intermediación financiera, que luego al ser combinada con los datos del estudio de mercado y la proyección de la demanda, permitió construir la estimación de ingresos.

Evaluar la rentabilidad financiera. El investigador se apoyó en los cuadros propuestos por Blanco (2010).

Realizar el análisis de sensibilidad. El estudio resultó ser satisfactorio, indicando con esto, que la factibilidad del mercado, técnica, económica y financiera del proyecto es lo suficientemente sólida como para proceder a su instalación y puesta en marcha.

Palabras clave: microfinanzas, microcrédito, banco, evaluación económica, factibilidad, análisis de sensibilidad.

El trabajo sirvió de soporte para la realización del proyecto ya que utiliza la metodología propuesta por Blanco (2010) para la evaluación y formulación de proyectos.

Soto (2009) "Estudio de factibilidad económica y financiera para la creación de un restaurante de comida Sushi – Thai con ambiente "Premium" en el Municipio El Hatillo Estado Miranda". (Tesis de especialista). Recuperada de la base de datos de la UCAB.

Basándose en el crecimiento poblacional de la sub región, el crecimiento en la tendencia de restaurantes Sushi Thai Premium de las principales ciudades del país y

las características y gustos del consumidor que habita y/o visita el Hatillo, dicha investigación se enfoca, en el estudio de la factibilidad económica y financiera para evaluar la creación de un restaurante de comida Sushi – Thai realizando desde un estudio de mercado hasta la evaluación de la factibilidad financiera del negocio.

Los resultados del estudio se fundamentaron en la opinión de los consumidores con respecto a la creación de un restaurante de comida Sushi – Thai. Se llevó a cabo un estudio técnico para establecer aspectos como la localización y tamaño del proyecto y por último se realizó la evaluación económica financiera arrojando los siguientes resultados:

Tasa de Descuento utilizada fue de 20%

El Valor Presente Neto es mayor que cero VPN>0

La Tasa Interna de Retorno mayor que la Tasa de Descuento

El Período de Recuperación de la Inversión igual a 6 meses

Palabras clave: mercado, investigación, factibilidad, proyecto.

El proyecto mencionado fue útil por tratarse de un estudio de factibilidad que se encuentra enmarcado en una investigación de campo. La recolección de datos así como el instrumento utilizado concuerdan con la que se utilizó para la elaboración de éste proyecto.

Consultora Dirige Asesoría (2007) "Estudio de mercado del salón de Belleza R y R".

Este trabajo muestra un estudio cuantitativo, con encuestas personales realizadas al grupo objetivo, empleando cuestionarios con escalas de Likert, y preguntas abiertas diseñadas en función de los objetivos tratando de obtener información objetiva sobre la percepción de calidad de la empresa.

Palabras clave: estudio de mercado, estudio cuantitativo, salón de belleza.

El trabajo sirvió de apoyo para la realización del estudio de mercado ya que contiene cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas en el ramo del sector belleza los cuales valieron a la hora de realizar dicho instrumento en este proyecto.

2.2 Fundamentos Teóricos

2.2.1 Proyecto.

Para que exista un proyecto debe haber existido anteriormente una idea que puede surgir, por un avance tecnológico, una petición del cliente, demanda del mercado, necesidad del negocio, un requerimiento legal, una necesidad social entre otros, de esta manera los proyectos se convierten en la respuesta para atender las necesidades detectadas en el mercado.

Según el PMI (2013) un proyecto puede definirse como un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. Es decir, los proyectos tienen un ciclo de vida, un comienzo y un fin, con objetivos que incluyen metas y persiguen resultados, siguiendo una metodología y haciendo uso de recursos de tipo financieros, humanos, tecnológicos, logísticos con la finalidad de crear un producto o servicio.

2.2.2 Fases de un proyecto.

Las fases de un proyecto para Palacios (2005) son las etapas por las cuales se debe pasar a lo largo de un proyecto para cumplir con el objetivo principal del mismo. De una forma general, todo proyecto puede pasar por una serie de fases en su ciclo de vida, comenzando por la fase de arranque la cual puede incluir una etapa conceptual, estudio de factibilidad y un plan de negocios; seguido comienza la fase intermedia que incluye la etapa organizativa y de ejecución, y por último, la fase de terminación o cierre del proyecto. Esta estructuración facilita su dirección, planificación y control. En la Figura 1, se muestra la curva de nivel de esfuerzo en el tiempo durante cada una de las fases del proyecto.

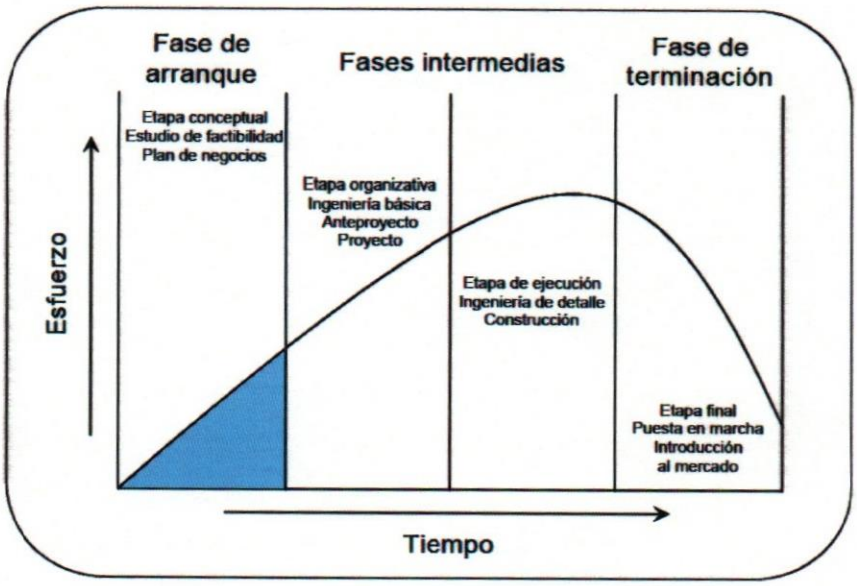


Figura 1. Ciclo de vida del proyecto (Palacios, 2005).

2.2.3 Formulación y evaluación de proyectos.

La Formulación de proyecto implica coordinar coherente y estratégicamente los diferentes aspectos que forman parte de la implementación de una idea innovadora, sistematizando un conjunto de posibilidades técnicamente viables, para alcanzar los objetivos y solucionar el problema que motivó su inicio.

Por su parte, la evaluación es un proceso de estimación, valorización y revisión detallada de los logros, a partir de los objetivos propuestos, de forma tal que permita tomar decisiones, que conduzcan a la mejora y posterior concreción del mismo.

De acuerdo a Blanco (2010) para resolver el problema de satisfacer necesidades con recursos escasos y la eficiencia en el manejo de los mismos se hace uso de la ciencia económica que a su vez está directamente relacionada con la evaluación de proyectos de inversión.

> "Un proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o la sociedad en general" (Baca, 2010, p.2).

Por lo antes expuesto queda evidente que la formulación y evaluación de proyectos es una metodología que permite determinar las mejores opciones para invertir recursos y maximizar utilidades, de igual manera puede considerarse, como el desarrollo de actividades orientadas a la toma de decisiones sobre la inversión o no en un proyecto dado.

2.2.4 Esquema de un estudio de factibilidad.

Para Blanco (2010) todo estudio de factibilidad dirigido a evaluar un proyecto de inversión debe constar de las seis partes principales siguientes: presentación, marco institucional, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico-financiero, y análisis de sensibilidad.

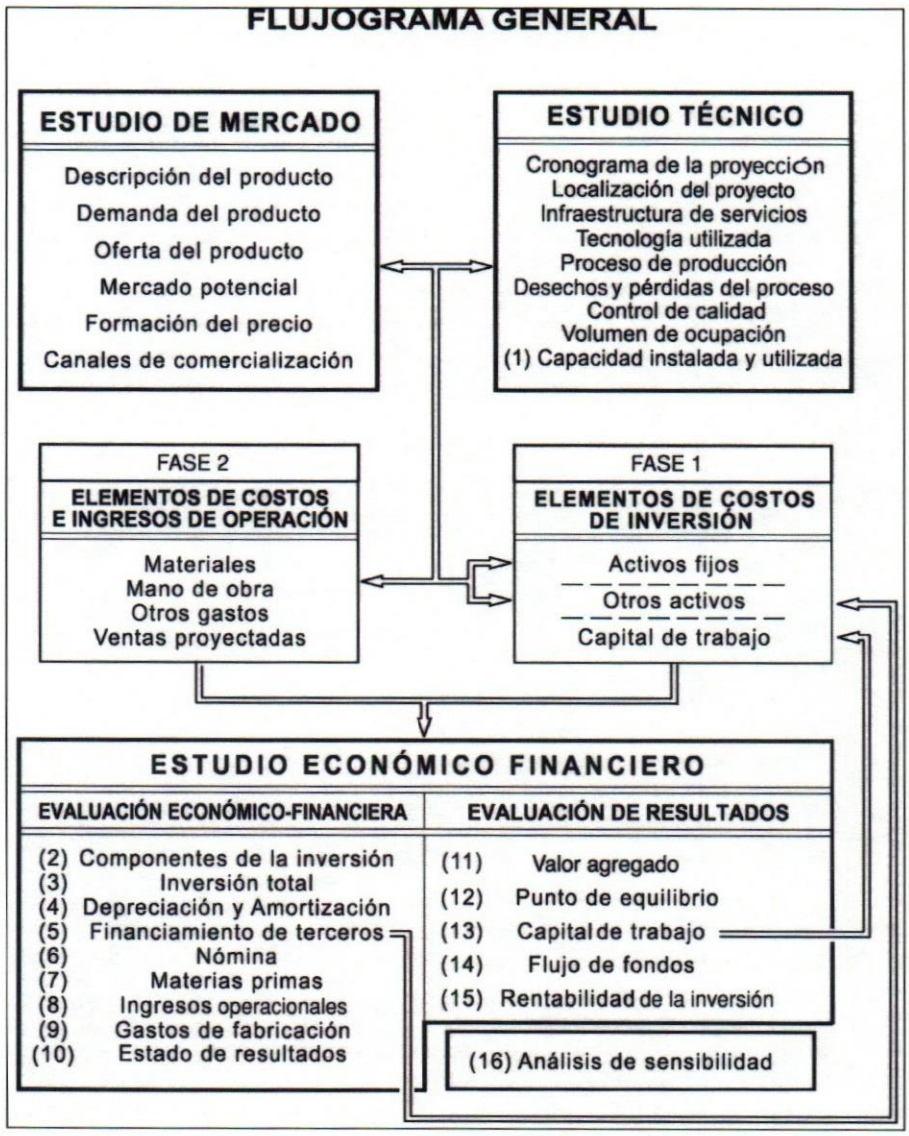


Figura 2. Esquema de un estudio de factibilidad (Blanco, 2010).

Un estudio de factibilidad permite realizar un análisis exhaustivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión.

> "El objetivo principal de un Estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión es determinar la factibilidad contable, económica y financiera del FLUJO DE FONDOS de la empresa a través de herramientas contables y económicas pertinentes, tales como el Punto de equilibrio, la Rentabilidad Estática, el Valor Agregado y la Productividad, y de herramientas financieras como la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN), y el Período de Recuperación Descontado (PRD)" (Blanco, 2010, p. 185).

En términos generales, busca contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar un proyecto a base del rendimiento económico que se obtendría del mismo. Los propósitos básicos son demostrar la viabilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial. El estudio de factibilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa.

2.2.4.1 Estudio de mercado.

Baca (2010) define al mercado como el área en que constituyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, con el propósito de facilitar la toma de decisiones sobre la forma más óptima de comercializar un producto o servicio.

Para Blanco (2010) el estudio de mercado persigue verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito. Debe abarcar, por lo menos, los seis aspectos principales aquí mencionados:

2.2.4.1.1 Descripción del producto, características y usos.

Se deben detallar las características que definen el producto bien o servicio es decir, sus propiedades físicas, químicas o de otra índole, así como también, se deberá especificar si será utilizado para consumo intermedio o final y el tipo de usuario al que está destinado.

2.2.4.1.2 Demanda.

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer sus necesidades y deseos específicos.

2.2.4.1.3 Oferta del producto.

La cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están dispuestos a llevar al mercado en conformidad con los precios vigentes en el mismo. En el análisis de mercado para evaluar un proyecto lo que interesa saber es cuál es la oferta existente del bien o servicio para determinar si los productos que se pretenden colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el consumidor.

2.2.4.1.4 Mercado potencial.

Es la diferencia que existe entre la demanda y la oferta es decir, la demanda insatisfecha.

2.2.4.1.5 Formación del precio.

La determinación del valor en términos monetarios del producto o servicio. Teóricamente el precio se forma del cruce de las funciones de demanda y oferta sin

embargo, desde el punto de vista práctico suele ser difícil determinarlo, por tal motivo es necesario recurrir a análisis directos de campo sobre precios de productos similares o sustitutos.

2.2.4.1.6 Canales de comercialización.

Se refiere al conjunto de actividades relacionadas con la transferencia del producto desde el productor hasta el consumidor final.

2.2.4.2 Estudio técnico.

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. Debe responder a unas interrogantes: el cómo, el cuándo, el dónde y el con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio.

Persigue determinar las capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos de inversión y/o de operación involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los nueve aspectos siguientes (Blanco, 2010).

2.2.4.2.1 Cronograma de la proyección.

Deberá indicar los años de vigencia del proyecto desde que se inicia la instalación y construcción hasta que finalizan los años de operación.

2.2.4.2.2 Localización del proyecto.

Se debe expresar la ubicación geográfica del proyecto la cual estará determinada por una serie de circunstancias que le permitirá detectar las ventajas de dicha elección, así como solventar inconvenientes del lugar elegido (proveedores, ubicación de la

competencia, costos, facilidad de obtención de los servicios básicos y posibilidades de ampliación).

2.2.4.2.3 Infraestructura de servicios.

Deberán detallarse las estructuras e infraestructuras necesarias para la construcción, instalación y puesta en marcha de la empresa así como también el acceso a la conexión de servicios públicos.

2.2.4.2.4 Tecnología utilizada.

En este punto se deberá especificar el tipo de tecnología que se utilizará, bien sea que se trate de contratada o propia, definiendo su alcance, los beneficios que aporta, las ventajas y desventajas que agrega al proceso y al producto.

2.2.4.2.5 Proceso de producción.

Se deberán definir todos los pasos que forman parte del proceso productivo. El proceso de producción es consecuencia de los resultados de los estudios técnico y de mercado.

2.2.4.2.6 Desechos y pérdidas del proceso.

En este punto se identificarán los desechos o desperdicios nocivos que afectan todo el proceso, y las pérdidas en la línea de producción. De igual forma, se detallarán los costos que ambos generan y las medidas necesarias para enfrentarlos.

2.2.4.2.7 Control de calidad.

Relacionada con la calidad de los productos utilizados, materia prima, equipos y tecnología. Se deberá especificar qué tipo de control de calidad se llevará a cabo y sobre qué puntos de la línea de la producción actúa, así como también el personal necesario y las inversiones en activos si fuese necesario.

2.2.4.2.8 Volumen de ocupación.

Se deberá detallar la estructura organizativa. Número de personas por categoría y por año, cargos laborales, salarios durante un año, turnos de trabajo diarios, el número de horas por turno, los días laborables por mes y los meses laborables por año.

2.2.4.2.9 Capacidad instalada y utilizada.

La capacidad instalada es el máximo nivel de producción que se tiene planeado alcanzar en algún momento de la proyección mientras que la capacidad utilizada varía de acuerdo con las necesidades de mercado.

Según Blanco (2010) por lo general, el primer año de operaciones de una empresa suele tener una capacidad utilizada que puede oscilar entre el 20% y el 60% de la capacidad instalada dependiendo de la naturaleza del proyecto.

2.2.4.3 Estudio económico – financiero.

Blanco (2010) indica que el objetivo general es ordenar y sistematizar la información obtenida en los estudios de mercado y técnico y elaborar los cuadros que servirán de base para la evaluación de resultados. Para lograrlo es necesario tomar en cuenta los puntos siguientes:

- Elementos de infraestructura y estructura.
- Maquinaria y equipo de producción o dotaciones.
- Estudios y proyectos.
- Inversión total.
- Depreciación y amortización.
- Financiamiento de terceros.
- Nómina.
- Materias primas, o suministros.
- Ingresos operacionales.

- Gastos de fabricación, o de operación.
- Estado de resultados.
- Capital de trabajo.
- Flujo de fondos.

2.2.4.3.1 Herramientas utilizadas para determinar la factibilidad desde el punto de vista económico financiero.

2.2.4.3.1.1 Valor presente neto.

Consiste en calcular el valor actual de todos los movimientos de efectivo que suceden en el flujo de caja (Palacios, 2005), mientras que Najul (2006) lo define como:

> "El valor prometido por un negocio para un determinado momento del tiempo, que se calcula a través de la sumatoria de los flujos de caja que han sido descontados previamente a una tasa proporcional al riesgo de invertir recursos en la actividad evaluada".

El Valor presente neto es uno del los métodos más conocidos a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo pues nos permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero el cual es maximizar la inversión.

2.2.4.3.1.2 Tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuesto que hace que el valor actual de todos los flujos del modelo sean cero. "Se calcula de una forma iterativa, asignando sistemáticamente diversos valores a la tasa de descuento en la fórmula de valor presente, hasta lograr la tasa que lo hace igual a cero" (Palacios, 2005, p.152).

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto.

2.2.4.3.1.3 Periodo de recuperación descontado.

El Período de Recuperación Descontado PRD se define como el número de años que se requieren para recuperar una inversión I tomando como referencia el valor futuro VF de los flujos netos de efectivo descontados. En otras palabras, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

2.2.4.3.1.4 Punto de equilibrio

Goxens (2007) lo define como Punto Muerto o Umbral de rentabilidad, y para éste es la situación que se produce cuando la empresa no tiene beneficios ni pérdidas, los ingresos son iguales a los costos. Este punto nos dice el nivel a alcanzar de ventas para, que la empresa empiece a dar beneficios. Es el mínimo de actividad para el cual la empresa empieza a ser rentable.

El punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

2.2.4.4 Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad se fundamenta en la creación de escenarios diferentes al escenario original construido durante la evaluación del proyecto (Blanco, 2010).

Las pruebas de sensibilidad consisten en modificar las condiciones del proyecto en relación a algunos aspectos y medir lo que sucede con los parámetros de evaluación (VPN, TIR, B/C), recuperación de capital etc. Las pruebas de sensibilidad pueden referirse a variación de los ingresos y variación de los costos.

Se dice que el proyecto es sensible a determinada condición, cuando la variación porcentual del TIR o VPN, es mayor que la variación porcentual inducida para el análisis de sensibilidad.

2.3 Fundamentos Legales

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.253 marzo 24 del 2000.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. (2012) (Lopcymat). Gaceta Oficial N° 38.236 del 26 de julio de 2005.
- Ley Orgánica del trabajo, de los Trabajadores y Trabajadoras. (2012). Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.076 del 7 de mayo de 2012. Trata las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del trabajo como hecho social.
- Código de Comercio. (1955). Rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio. Gaceta oficial de la República de Venezuela, 475 (Extraordinaria), diciembre 21 de 1955.

Capítulo III
Marco Metodológico

Este Capítulo presenta un bosquejo de la manera en cómo se abordó la investigación para lograr el objetivo propuesto.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

Palella y Martins (2004) al hablar sobre el tipo de investigación, se refiere a la clase de estudio que se va a realizar. Orienta sobre la finalidad general del estudio y sobre la manera de recoger las informaciones o datos necesarios. El tipo de investigación utilizada en este proyecto según las estrategias, indica que fue una investigación proyectiva ya que buscó investigar la posibilidad de crear un salón de belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar y de esta manera darle solución al problema existente en la ciudad.

Al tratarse de un estudio de factibilidad, también puede considerarse según Balestrini (2006) como una investigación evaluativa ya que el propósito de este proyecto, fue determinar la factibilidad de mercado, técnico y económico - financiero para la creación de un salón de belleza en Ciudad Piar.

Este proyecto corresponde a un trabajo de campo pues los datos fueron obtenidos y registrados directamente por el investigador. Al realizar el estudio fue necesario tener un contacto directo con la población a través de la aplicación de encuestas para conocer sus opiniones con respecto a las peluquerías que conocen y su percepción sobre la idea de la creación de un nuevo salón de belleza.

El nivel de aceptación se medió a través de una variable experimental dado que no existe manipulación de variables por parte del investigador, y fue una investigación

transaccional debido a que la recolección de datos se hizo en un momento y tiempo determinado. Asimismo se considera multivariable pues se realizaron estudios de mercado, técnico, económico y financiero.

3.2 Población y Muestra

La población estudiada está conformada por los habitantes de Ciudad Piar. La población es finita ya que se conoce la cantidad de habitantes del Municipio 40.927 habitantes según el censo realizado en el 2011 (Instituto Nacional de Estadística, 2014).

El tipo de muestreo fue no probabilístico. Procedimiento de selección en el que no se conoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra. Fue intencional u opinático, los elementos son seleccionados con base a un criterio o juicios establecidos por el investigador; en este caso, el criterio establecido abarcó personas con un mínimo de edad de 18 años, por lo tanto son aproximadamente 11700 individuos los que habitan en ciudad Piar y cumplen con la condición de ser mayor de edad.

Para establecer el tamaño de la muestra el criterio estadístico que se utilizó está basado en la fórmula propuesta por (Fernández, 2010) y en las tablas de Harvard (anexo 1) para poblaciones finitas.

Para (Fernández, 2010) si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la respuesta seria:

Tamaño muestral = 95

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^{2} p * q}{d^{2} * (N-1) + Z_{\alpha}^{2} * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población (en este caso 11700 habitantes.)
- $Z_a^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 10%).

Con base a las tablas de Harvard el tamaño establecido utilizando un nivel de confianza del 95% y la probabilidad de que el proyecto de inversión sea aceptado es de 50%, por lo tanto el otro 50% correspondería a que fuese rechazado. El margen de error considerado es de 10% debido a que a pesar de poseer el municipio 40.918 habitantes, sólo en ciudad Piar hay alrededor de 11.700 hab. mayores de 18 años, entonces la muestra utilizada fue de 99 personas.

En síntesis el tamaño muestral fue el promedio de los resultados obtenidos anteriormente es decir 97 personas.

3.3 Técnicas e Instrumentos

Se entiende por técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. Para Arias (2006) las técnicas de recolección de datos se refieren a las distintas formas empleadas por el investigador para obtener los datos.

La técnica de recolección que se utilizó para la elaboración de este proyecto está basada en encuestas con procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le haga la misma pregunta.

"Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema particular" (Arias, 2006, p. 72).

Ahora bien, la aplicación de una técnica conduce a la obtención de información, la cual debe ser guardada en un medio material de manera que los datos puedan ser recuperados, procesados, analizados e interpretados posteriormente. A dicho soporte se le denomina instrumento. Arias (2006) se refiere a los instrumentos de recolección de datos como "cualquier recurso, dispositivo o formato (papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información" (p. 57).

La técnica o instrumento que fue utilizado para recabar la información se trata de una encuesta en forma de cuestionario con preguntas abiertas y cerradas. Esta modalidad de encuesta se realizó de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas y fue evaluada por dos profesores expertos en el área.

3.4 Análisis e Interpretación de los Datos

Las operaciones a las cuales fueron sometidos los datos una vez obtenidos, son las siguientes. Una verificación cautelosa de todos ellos, corroborando que estuviesen completamente llenos los cuestionarios; se ordenaron los datos para luego tabularlos asignándoles codificaciones por columnas, se clasificaron en base al siguiente criterio (sexo), por último se utilizaron técnicas lógicas y estadísticas de análisis para descifrar lo que revelaron.

El programa Project se utilizó para realizar el diagrama de gant, uso de los recursos, tiempo y costo, de igual manera se utilizó para verificar el seguimiento del proyecto. La herramienta Excel fue utilizada para organizar y procesar los datos recolectados así como también para realizar los cálculos correspondientes al estudio de factibilidad, basados en los cuadros propuestos por el economista Adolfo Blanco en su libro Formulación y Evaluación de Proyectos 8va. Edición.

Una vez realizada la encuesta se procedió a determinar la demanda del producto, el mercado potencial, los servicios a ofrecer y los canales de comercialización, luego se inició con el estudio técnico que incluye: localización del proyecto, infraestructura de servicios, proceso de producción, cronograma de la inversión, volumen de ocupación, control de calidad, capacidad instalada y utilizada.

A partir de estas evaluaciones se realizó el estudio económico financiero calculando la inversión total, depreciación y amortización, punto de equilibrio, capital de trabajo, flujo de fondos, rentabilidad de la inversión entre otros, finalmente se efectuó el análisis de sensibilidad y se dio respuesta a la interrogante ¿cuál será la factibilidad de la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población?

3.5 Operacionalización de las Variables

Variable puede definirse según Arias (2006) como una cualidad susceptible de sufrir cambios, un sistema de variables consiste por lo tanto, en una serie de características por estudiar, definidas de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores o unidades de medida.

Balestrini (2006) expresa que las dimensiones están relacionas con los enunciados relativos a las propiedades o dimensiones consideradas esenciales del objeto u hecho referido en la definición; y, que los indicadores, se refieren al conjunto de procedimientos que describirá cómo será medida la variable en estudio. Es decir, implica seleccionar los indicadores contenidos, de acuerdo al significado que se le ha otorgado a través de sus dimensiones a la variable de estudio. Este momento del desarrollo operacional de las variables, debe indicar de manera precisa el qué, cuándo y cómo de la variable y las dimensiones que la contienen.

Tabla 1. Operacionalización de los objetivos.

Objetivo general. Determinar la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar.			
Objetivos Específicos	**Variables**	**Dimensión**	**Indicadores**
Analizar aspectos relacionados con el mercado.	Aspectos relacionados con el mercado.	Socio - económico. Descripción del producto, demanda, oferta, precio, canales de comercialización.	Calidad de los productos y servicios. Nivel de higiene. Actualización de los equipos. Nivel de profesionalismo. Horarios. Cantidad de peluquerías existentes. Cantidad de clientes potenciales. Fijación de precios según productos similares.
Determinar la factibilidad desde el punto de vista técnico.	Factibilidad técnica.	Cronograma de la proyección, localización del salón de belleza, tecnología, control de control de calidad, capacidad instalada y utilizada.	Factible ubicación geográfica del local. Categoría de mobiliario. Nivel de tecnología de equipos. Calidad del servicio y conformidad
Determinar la factibilidad desde el punto de vista económico – financiero	Factibilidad económica - financiera.	Punto de equilibrio, la tasa interna de retorno, el valor presente neto y el período de recuperación descontado.	Total de inversión inicial. Capital de trabajo. Balance general. Flujo de fondos. Flujo de caja operativo, Estado de resultado.

3.6 Estructura Desagregada de Trabajo

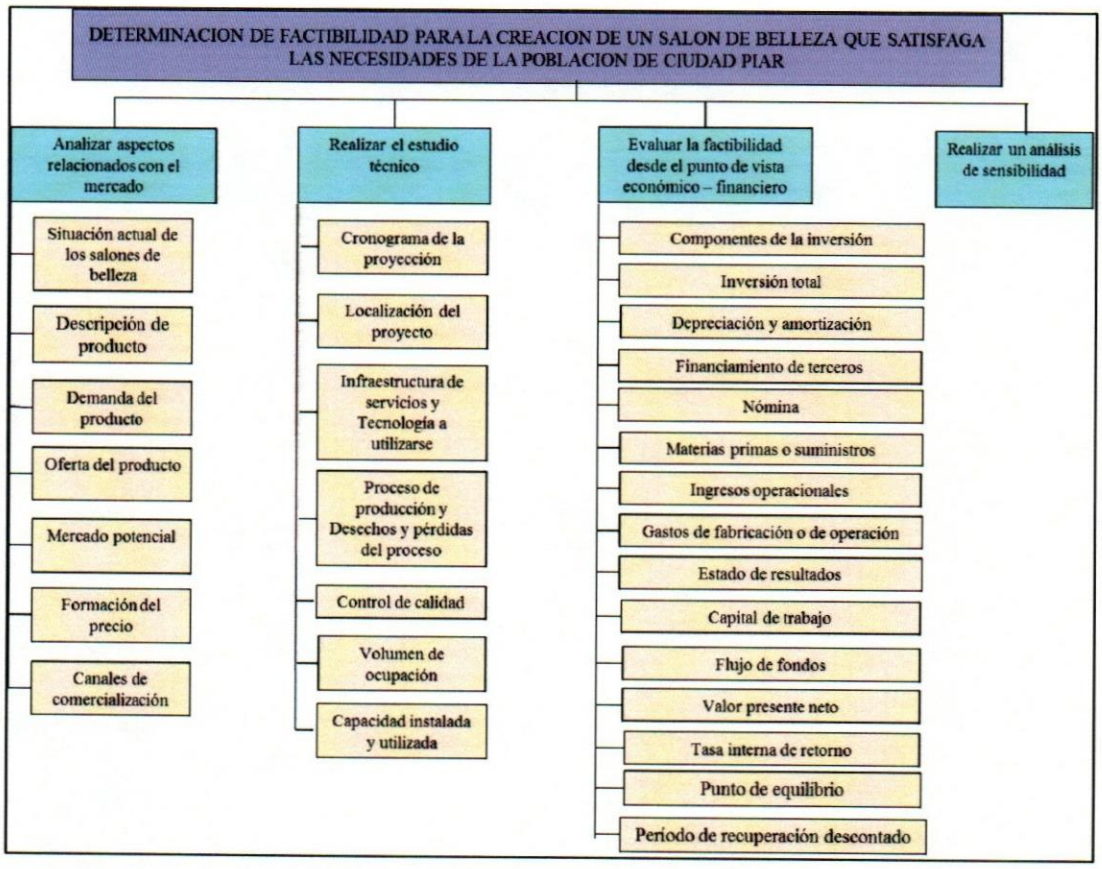


Figura 3. Estructura desagregada de trabajo (WBS).

3.7 Cronograma de Actividades

La duración de la elaboración del proyecto de trabajo especial de grado fue de 74 días comenzando el 13/01/2014 y finalizando el martes 26/06/2013 en un horario comprendido entre las 5:00pm hasta las 9:00pm de lunes a viernes. Ver Figura 4.

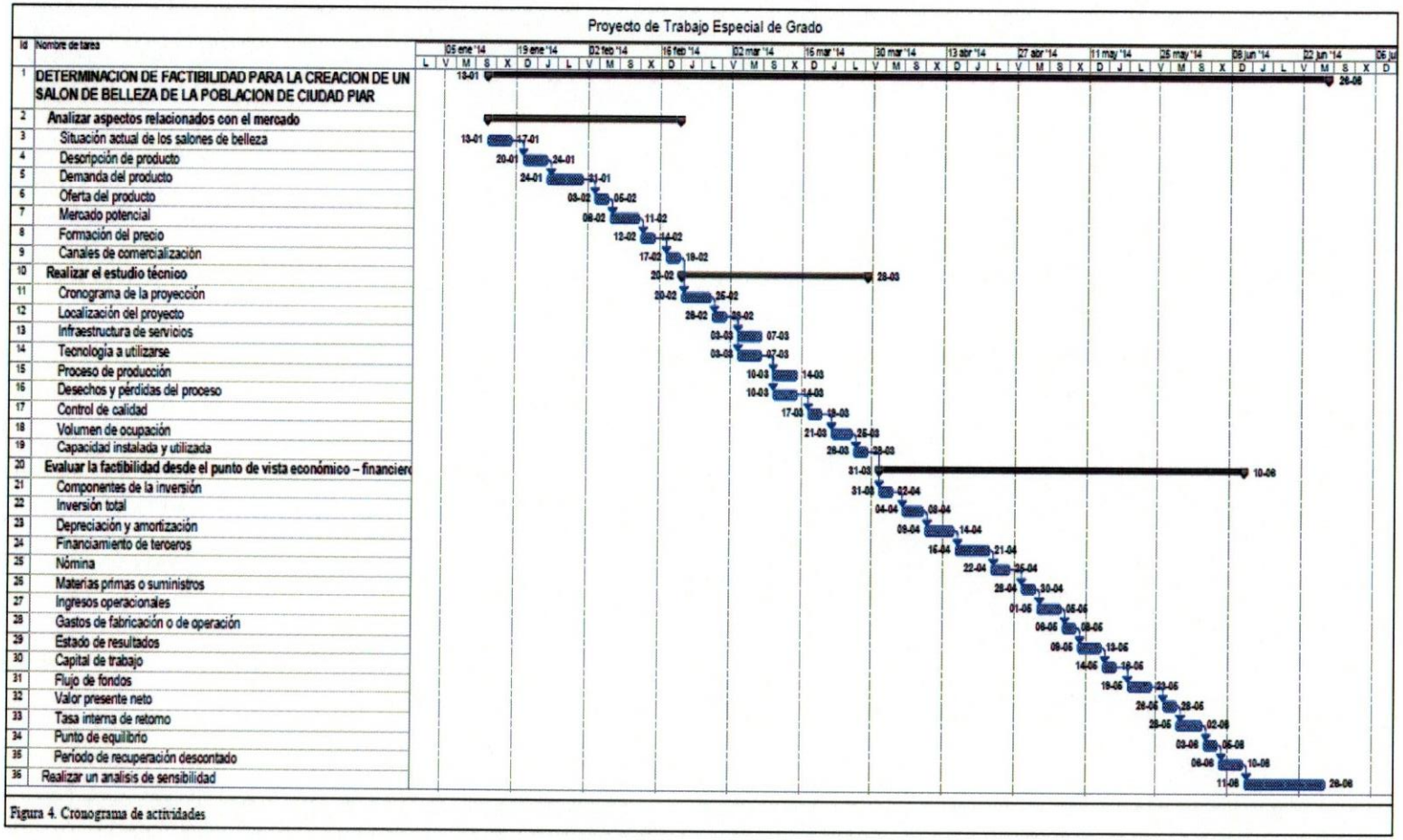


Figura 4. Cronograma de actividades

3.8 Presupuesto del Proyecto

Recursos

Humanos.

Los recursos humanos utilizados para la elaboración de este proyecto fueron:

1 Ingeniero (Encargado de la elaboración del proyecto).

1 Asesor (Encargado de la tutoría).

Materiales.

Los materiales que permitieron implantar la metodología para el logro de los objetivos fueron: computador, impresora, material para encuadernación y la empresa de servicios de envíos.

Financieros.

El costo total presupuestado es de 41.912,50 Bs. Ver Figura 5.

Informe presupuestario
Proyecto de Trabajo Especial de Grado

Id	Nombre de tarea	Costo fijo	Acumulación de costos fijos	Costo total	Costo previsto	Variación
36	Realizar un análisis de sensibilidad	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 4.112,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 4.112,50
5	Demanda del producto	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.750,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.750,00
3	Situación actual de los salones de beli	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
4	Descripción de producto	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
13	Infraestructura de servicios	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
14	Tecnología a utilizarse	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
15	Proceso de producción	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
16	Desechos y pérdidas del proceso	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
24	Financiamiento de terceros	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.002,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.002,50
31	Flujo de fondos	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.662,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.662,50
7	Mercado potencial	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.312,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.312,50
11	Cronograma de la proyección	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.312,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.312,50
23	Depreciación y amortización	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.312,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.312,50
25	Nómina	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.312,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.312,50
0	Oferta del producto	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
9	Canales de comercialización	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
17	Control de calidad	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
21	Componentes de la inversión	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
26	Materias primas o suministros	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
27	Ingresos operacionales	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
28	Gastos de fabricación o de operación	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
33	Tasa interna de retorno	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 1.050,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 1.050,00
8	Formación del precio	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
12	Localización del proyecto	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
19	Capacicad instalada y utilizada	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
29	Estado de resultados	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
30	Capital de trabajo	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
32	Valor presente neto	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
34	Punto de equilibrio	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
35	Período de recuperación descontado	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 962,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 962,50
18	Volumen de ocupación	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 700,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 700,00
22	Inversión total	Bs. F. 0,00	Prorrateo	Bs. F. 700,00	Bs. F. 0,00	Bs. F. 700,00
		Bs. F. 0,00		Bs. F. 41.912,50	Bs. F. 0,00	Bs. F. 41.912,50

Figura 5. Informe presupuestario.

3.9 Consideraciones Éticas

Las consideraciones éticas aplicadas a este proyecto son las mismas dictadas por los miembros del PMI (2006) para gerentes de proyectos , el cual establece como guías el mantenimiento de una conducta ética profesional, la responsabilidad, la búsqueda del mejoramiento profesional, la honestidad y la práctica de la justicia; así como también, las consideraciones de la Universidad Católica Andrés Bello (2011) cumpliendo con lo establecido en las normativas internas de la organización referidas a la formulación y ejecución de proyectos, elaboración de trabajos de grado y políticas de manejo de la información institucional considerada estratégica. Adicionalmente se mantendrá la confiabilidad de los resultados para garantizar los derechos sobre la idea de los promotores.

Capítulo IV
Marco Referencial

El Capítulo muestra una breve reseña del lugar en estudio, la historia de la peluquería y su definición.

4.1 Reseña de Ciudad Piar

El nombre de esta ciudad es en honor del prócer venezolano de origen curazoleño Manuel Piar. Según Díaz (2012) fue fundada el 9 de febrero de 1952 para dar asentamiento a los trabajadores que se dedicaban a la explotación del mineral hierro.

Ciudad Piar forma parte del municipio Bolivariano Angostura, Estado Bolívar, Venezuela, en los alrededores del Cerro Bolívar. La población del municipio según el censo realizado en el 2011 es de 40.918 habitantes.

Tiene su economía basada gran parte en la extracción del hierro, en especial en los cerros de San Isidro, Los Barrancos, Altamira y Las Pailas, donde se encuentra una de las más importantes reservas de material ferroso del mundo administrada ésta y su explotación por la estatal CVG. Además de la actividad minera, tiene cierta importancia la actividad de tipo agrícola, destacándose siembras de lechosa, patilla y maíz.

4.2 Definición de Peluquería

La peluquería es un oficio artístico a través del cual el estilista, usando diferentes técnicas de manipulación del cabello, logra cambiar la imagen de la persona al resaltar sus atributos y camuflar sus imperfecciones. De esta manera el cliente obtiene

una apariencia agradable que le permitiría ser gustosamente recibido en cualquier lugar.

4.3 Historia de la Peluquería

La historia de la peluquería comienza desde de la prehistoria, pasando por la edad media, el renacimiento, y el barroco, en donde el corte de pelo se debía a cuestiones prácticas o ceremoniales, y se cortaba con trozos de piedra muy afiladas. Los primeros peines estaban hechos de espinas de pescado, dientes de animales y ramas secas; los primeros tintes de sangre, grasas y tintes vegetales. Teñirse el cabello dejó de ser material y moralmente posible. Sin embargo, las mujeres debían llevar el pelo largo y bien recogido, lo que les obligó a inventar todo tipo de trenzas y moños y a cubrir el pelo con capuchas, velos, gorros y sombreros. La raya en medio era lo más convencional. Se popularizó el rubio ceniza, el hilo de oro y el color azafrán. Se mezclaban con el cabello joyas, gasas, plumas, flores, cintas. (Eyou, 2008).

En el siglo XIX con la revolución francesa y la revolución industrial se instauró la sencillez como línea a seguir en todos los sentidos, dejando de usarse las pelucas y abalorios de fantasía. Aumentaron las medidas higiénicas y surgieron nuevas profesiones, entre ellas, la peluquería; sin embargo, es en el siglo XX y XXI donde nacen definitivamente los salones, que se acercan al pueblo; los productos específicos dejan de ser artesanales y aparecen las grandes firmas. La industria de la belleza ha entrado en la mayoría de los hogares, dedicando una parte del presupuesto mensual a cuidar el cabello, a hacerlo cambiar. Empieza el milenio de la peluquería" (Eyou, 2008).

Capítulo V

Análisis y Resultados de la Investigación

En este Capítulo se muestra el análisis de toda la información recolectada para la realización del estudio de factibilidad de mercado, técnico económico y financiero con la finalidad de determinar la viabilidad de una idea de negocio siguiendo la metodología propuesta por Blanco (2010).

5.1 Estudio de Mercado

Objetivo Específico 1: Analizar aspectos relacionados con el mercado (situación actual de los salones de belleza, competidores, descripción del producto, demanda, oferta, mercado potencial, precio).

Con la realización del estudio de mercado se buscó obtener información hacia dónde se orientan los servicios que se ofrecerán en el salón de belleza, así como también, se recopiló información sobre los competidores, determinación de la oferta, demanda y la formación de precios.

El estudio de mercado comprendió los siguientes aspectos: Descripción del producto, demanda, oferta del producto, mercado potencial, formación del precio y canales de comercialización.

5.1.1 Descripción del producto.

5.1.1.1 Lavado de cabello. Es la limpieza del cuero cabelludo y el pelo del paciente.

5.1.1.2 Corte. Es el arte de cortar y modelar el pelo con la finalidad de que el cliente luzca bien. Un buen corte es la base esencial para un peinado elegante.

5.1.1.3 Secado. Este puede ser liso o rizado según la técnica y el cepillo a usar. Secador manual y cepillos redondos de diferentes tamaños junto a la destreza del peluquero logran estos efectos.

5.1.1.4 Planchado. Es el método más eficaz para alisarse el pelo.

5.1.1.5 Peinado. Es el resultado de manipulaciones que se realizan en el cabello empleando diversas técnicas.

5.1.1.6 Tratamientos capilares. Se utilizan como método preventivo, paliativo, curativo o reversivo. Con el mismo se logra restaurar el cabello dañado ya sea por la caída excesiva de cabello, sequedad capilar o exceso de grasa o caspa.

5.1.1.7 Química capilar.

Tintes. Es el procedimiento para cambiar el color del cabello. Consiste en aplicar cremas o geles colorantes con el fin de cubrir canas, cambiar a un color que se considera más a la moda o deseable, o restaurar el color original del cabello.

Mechas. Las mechas intensifican el color del cabello y aportan reflejos de luz muy atractivos en el pelo, lo iluminan, le dan más volumen a la cabellera y suavizan las facciones.

Decoloraciones. Consiste en aplicar al cabello un tratamiento cosmético (crema decolorante) con el fin de aclarar el color del cabello para posteriormente aplicar el tinte que se desea y así obtener el color seleccionado.

Alisados. Es una técnica que permite arreglar la apariencia del cabello, controlando el frizz, y convirtiendo un cabello esponjoso y encrespado a uno muy liso.

5.1.1.8 Manicure, pedicure y estética de uñas. Un manicure consiste en la realización de una limpieza, exfoliación, empuje o eliminación de cutícula, limado y

esmaltado de uñas. El pedicure generalmente se refiere a la eliminación de células muertas de la piel, en la parte inferior de los pies, consiste en una desinfección, exfoliación, tratamiento de cutícula y uñas. La estética de uñas es la extensión de la uña mediante la escultura u otro medio artificial auxiliar.

5.1.2 Demanda.

Para la determinación de la demanda se aplicó la encuesta estructurada y validada por los profesores Gustavo Roa y Maritza Farrera a un grupo de personas con un mínimo de edad de 18 años las cuales transitaban por el Mercado Municipal de Ciudad Piar. De la aplicación de la misma, se buscó obtener información referente sobre la disposición de las personas para visitar un nuevo salón de belleza, visualizando posibles clientes potenciales, así como también, información relevante en cuanto al servicio prestado en la peluquería a la cual asiste y los atributos más importantes que tomaría en cuenta a la hora de asistir al salón de belleza logrando con esto conocer los aspectos a reforzar para lograr ventaja competitiva y penetrar en el mercado.

Por lo tanto, la aplicación de la encuesta permitió obtener información relativa en cuanto a:

Disposición y frecuencia de consumo.

Satisfacción en la percepción de servicios.

Servicios y horarios más demandados.

Fijación de precios.

Del total de 100 personas encuestadas mayores de 18 años el 100% afirma asistir a la peluquería, de las cuales un 57% son del sexo femenino y el 43% masculino. Al 61% le parece excelente la creación de un nuevo salón de belleza, el 17% lo considera bueno, el 13% regular y el 9% pésimo; sin embargo, el 61% probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente, mientras que el 39% restante indica que no lo haría. Por lo tanto, considerando todos los resultados mostrados en la Figura 6. la

demanda de este tipo de servicios se considera de media a alta lo que representa un mercado potencial para los promotores del proyecto.

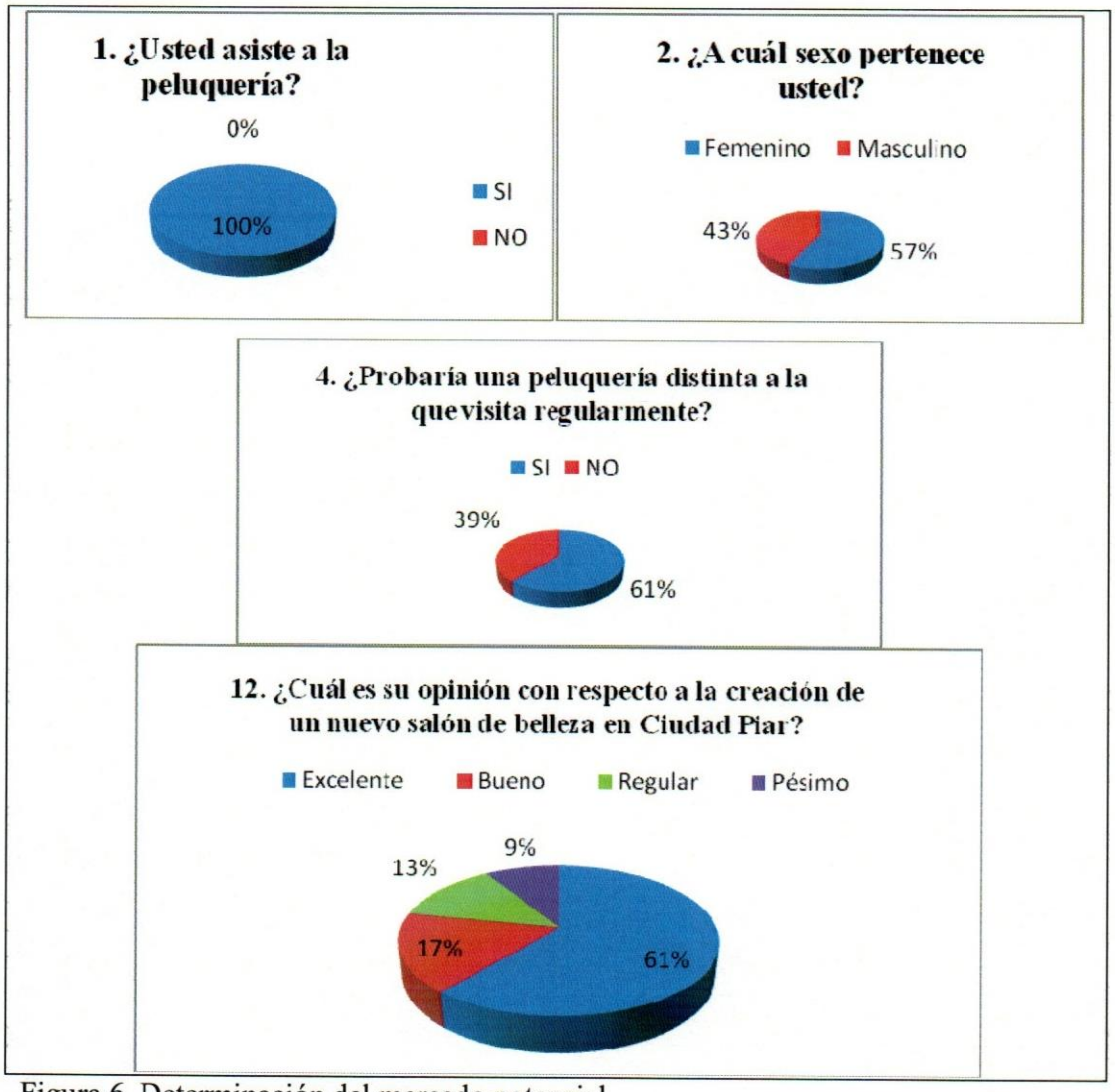


Figura 6. Determinación del mercado potencial.

En cuanto a la frecuencia del uso del servicio, se obtuvo que un 35% de las personas asisten a la peluquería una vez cada quince días siendo en su mayoría hombres. El 26% (hombres y mujeres en partes iguales) indican que van una vez al mes, el 22% en su mayoría mujeres acuden una ó dos veces a la semana, el 13% asiste una vez

cada dos meses o más y el resto 4% corresponde a una vez cada mes y medio. De estos resultados se concluye que las personas del sexo masculino asisten con mayor frecuencia a la peluquería.

Figura 7. Determinación de la frecuencia de consumo.

5.1.3 Oferta del producto.

Actualmente existen 5 peluquerías que se encuentran ubicadas a una distancia considerable de donde se instalaría el salón de belleza.

Peluquería N°1	Peluquería Johan.
Peluquería N° 2	Carolina y Estilistas.
Peluquería N° 3	Pelo´s.
Peluquería N° 4	Salón de Belleza Rizos y Estilos.
Peluquería N° 5	Cortes y Punto.

El numero de peluquerías así como la capacidad instalada y utilizada de cada una de ellas se logró conocer realizando un recorrido y estableciendo conversaciones con las peluqueras y clientes que se encontraban allí. Las peluquerías 1 y 3 situadas en el Mercado Municipal tienen un horario establecido de 9:00am a 12:00pm y de 1:00pm a 6:00pm; actualmente se encuentran laborando 3 peluqueros en cada una de ellas. La

peluquería 2 establecida en el Mercado Municipal tiene un horario establecido de 9:00am a 6:00pm con horario corrido y se encuentran laborando 3 peluqueros y 1 manicurista. La peluquería 4 ubicada en el Campo A-2 tiene un horario de 8:30am a 12:00pm y de 2:30pm a 6:30pm y se encuentran laborando 2 peluqueros. La peluquería 5 situada en el Mercado Municipal tiene un horario de 9:00am a 12:00pm y de 1:00pm a 6:00pm y se encuentran laborando 3 peluqueros. Hasta donde se pudo averiguar, ninguna de estas peluquerías tienen contemplados proyectos de expansión.

En la encuesta aplicada también se procuró obtener información referente al servicio prestado cuyos resultados indican que el 48% valora el servicio como bueno, el 35% lo considera excelente y el 17% regular.

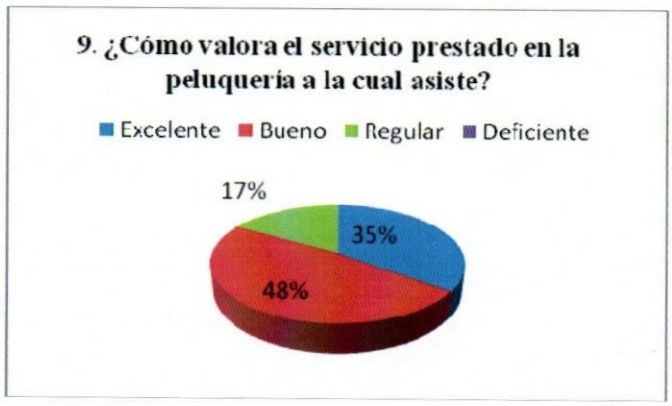
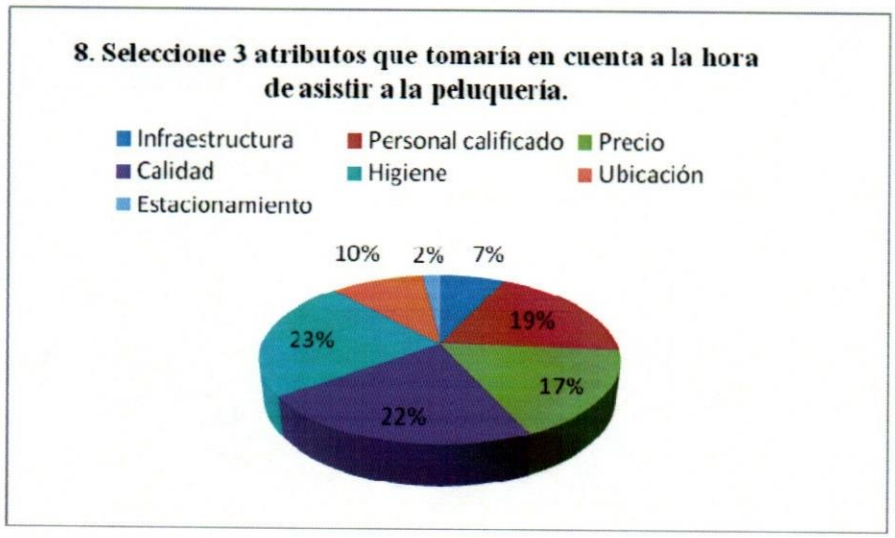


Figura 8. Valoración del servicio prestado por los competidores.

En cuanto a la preferencia de ubicación del nuevo salón de belleza los encuestados opinan que prefieren con un 61% que la ubicación sea en el Campo A-2, el 26% prefiere que se ubique en el Centro Cívico y el 13% en el Mercado Municipal. Como consecuencia de la estratégica localización del nuevo salón de belleza el cual estará ubicado en la calle principal del Campo A – 2 de Ciudad Piar por la cual circulan transportes públicos y privados; la oferta de este servicio cuenta con una ventaja comparativa que no tienen sus competidores.

Figura 9. Preferencia sobre la ubicación.

En relación a la preferencia de los 3 atributos más importantes que el usuario tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería destacan; la higiene con el 23% seguido de la calidad del servicio con 22% y personal calificado con 19%. Esto corrobora la necesidad de la creación de un salón de belleza que cuente con personal calificado, con calidad e higiene, siendo vanguardista de la moda, que ofrezca horarios cómodos, precios justos, y que esté destinado al servicio de peluquería familiar.



Figara 10. Preferencia de atributos ineludibles.

5.1.4 Mercado potencial.

Existen varios factores que permiten captar el mercado ya cubierto:

El 100% de las personas encuestadas indican que asisten a la peluquería.

El 61% probaría una peluquería distinta a la que asiste regularmente y estaría dispuesto a pagar un extra para adquirir un servicio que cumpla con sus expectativas.

El salón de belleza estará ubicado en el Campo A-2, calle principal de Ciudad Piar, punto estratégico por donde transitan los transportes que vienen de localidades cercanas y transportes de diferentes empresas; además, el 61% de los encuestados coincide en que la mejor ubicación para instalar el nuevo salón de belleza sería en ese sector.

Considerando el aspecto de los servicios que el usuario quisiera que la peluquería brindara, a excepción del arreglo de barba 3%, todas las demás son satisfactorias, como consecuencia y por decisión de los promotores, el salón de belleza no ofrecerá el servicio de arreglo de barba. Por otro lado, de las 5 peluquerías que se encuentran ubicadas a una distancia considerable de donde será instalado el salón de belleza sólo 1 de ellas ofrece el servicio de manicurista lo que representa un mercado potencial.

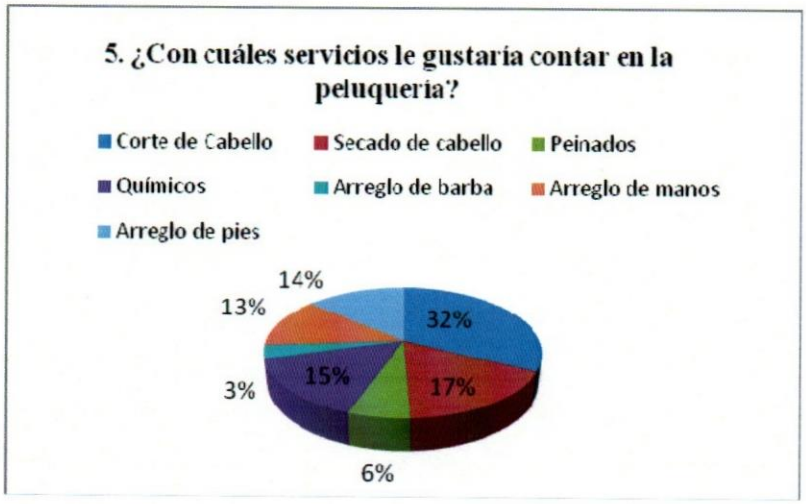


Figura 11. Determinación de servicios.

5.1.5 Formación del precio.

Se efectuaron investigaciones de mercado en la zona de competencia observándose que existe una variación de precios en los diversos servicios ofrecidos en las distintas peluquerías. A raíz de ello, para determinar el precio más pertinente dentro de las bandas de precios existentes se decidió tomar el valor máximo y mínimo de cada unos de los servicios ofrecidos Tabla 2-3 y agregarle al límite inferior 1/3 del valor de la diferencia existente entre ambos límites como lo indica la fórmula propuesta por (Blanco, 2010):

Mínimo de la serie + ((Máximo de la serie - Mínimo de la serie) * 1/3)

Tabla 2. Análisis de precios de la competencia en Bs.

LAVADO	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	30	40	50	60
Precio Mínimo	15	25	35	45
Precio (Caso de estudio)	20	30	40	50
CORTE	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	236	236	236	236
Precio Mínimo	107	107	107	107
Precio (Caso de estudio)	150	150	150	150
SECADO	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	146	176	216	236
Precio Mínimo	107	137	177	197
Precio (Caso de estudio)	120	150	190	210
PLANCHADO	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	150	190	230	250
Precio Mínimo	135	175	215	235
Precio (Caso de estudio)	140	180	220	240
PEINADO	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	180	310	370	410
Precio Mínimo	165	295	355	395
Precio (Caso de estudio)	170	300	360	400
TINTE	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	540	730	920	1110
Precio Mínimo	525	715	910	1095
Precio (Caso de estudio)	530	720	913	1100
MECHAS CON GORRO	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	610	1010	1310	1710
Precio Mínimo	595	995	1295	1695
Precio (Caso de estudio)	600	1000	1300	1700

Tabla 2. Análisis de precios de la competencia en Bs. (Cont...)

MECHAS DIRIGIDAS	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo		1810	2310	2910
Precio Mínimo		1795	2295	2895
Precio (Caso de estudio)		1800	2300	2900

MECHAS LOCALIZADAS	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	810	1210	1510	1910
Precio Mínimo	795	1195	1495	1895
Precio (Caso de estudio)	800	1200	1500	1900

DECOLORACIONES	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	710	1110	1410	1810
Precio Mínimo	695	1095	1395	1795
Precio (Caso de estudio)	700	1100	1400	1800

ALISAMIENTOS	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	610	1010	1510	2010
Precio Mínimo	595	995	1495	1995
Precio (Caso de estudio)	600	1000	1500	2000

HIDRATACIONES	Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Precio Máximo	160	210	260	310
Precio Mínimo	145	195	245	295
Precio (Caso de estudio)	150	200	250	300

MANICURE	
Precio Máximo	160
Precio Mínimo	145
Precio (Caso de estudio)	150

PEDICURE	
Precio Máximo	160
Precio Mínimo	145
Precio (Caso de estudio)	150

ESTÉTICA DE UÑAS	
Precio Máximo	700
Precio Mínimo	400
Precio (Caso de estudio)	500

Tabla 3. Precios del caso en estudio.

Precio (Bs.)					
		Corto	Mediano	Melena Corta	Melena Larga
Lavado		20	30	40	50
Corte		150	150	150	150
Secado		120	150	190	210
Planchado		150	190	230	250
Peinado		170	300	360	400
Tinte		530	720	910	1100
Mechas con gorro		600	1000	1300	1700
Mechas dirigidas		0	1800	2300	2900
Mechas localizadas		800	1200	1500	1900
Decoloraciones		700	1100	1400	1800
Alisamientos		600	1000	1500	2000
Hidrataciones		150	200	250	300
Manicure	150				
Pedicure	150				
Estética de uñas	500				

5.1.6 Canales de comercialización.

La comercialización del servicio se realizará en forma directa dentro de las instalaciones del salón de belleza ubicado en Campo A-2 calle El caraqueño N° 1151 Ciudad Piar. No se ofrecerá ninguno de los servicios a domicilio.

5.2 Estudio Técnico

Objetivo 2: Realizar el estudio técnico (cronograma de la proyección, localización del salón de belleza, tecnología, control de calidad).

Con este estudio se buscó detallar la infraestructura de la empresa, la capacidad instalada y utilizada así como también, todos los costos de inversión y operación involucrados en el proceso.

5.2.1 Cronograma de la proyección.

La proyección del estudio es de 6 años divididos en dos fases. La primera fase correspondiente al primer año, está constituida por la adecuación de la infraestructura, el acondicionamiento del lugar donde funcionará la empresa, la adquisición de los equipos y mobiliarios necesarios, así como la puesta en marcha. La segunda fase durará 5 años y comprenderá las labores de funcionamiento del salón de belleza. Ver Figura 12.

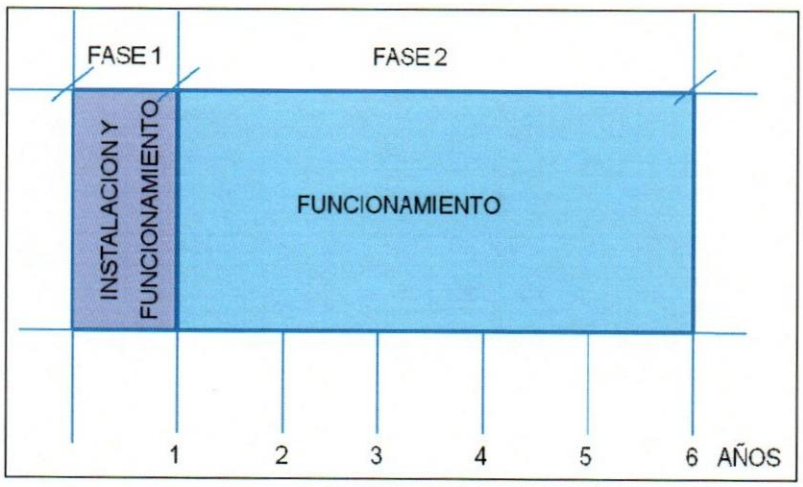


Figura 12. Cronograma de la proyección.

5.2.2 Localización del proyecto.

El salón de belleza estará ubicado en Ciudad Piar específicamente en el sector Campo A-2 calle El Caraqueño N° 1151 en un local de 50 m^2 el cual será alquilado por un

monto de 12500 bolívares fuertes mensuales. La ubicación del local más idóneo coincide con los datos obtenidos en la encuesta realizada. El local se encuentra en una zona céntrica de fácil acceso y con todos los servicios públicos disponibles. La Figura 13, muestra el plano de la peluquería con el detalle de los componentes del local.

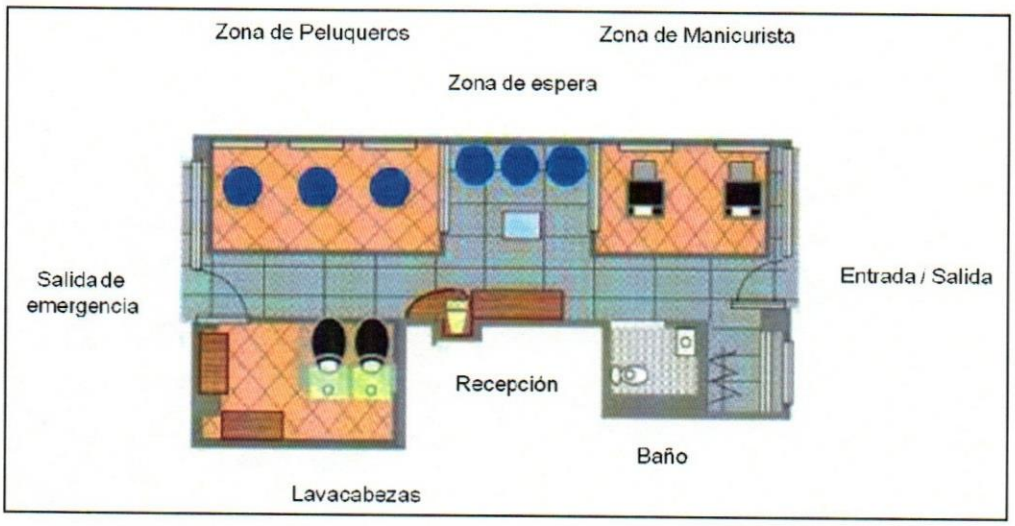


Figura 13. Plano de la peluquería.

5.2.3 Infraestructura de servicios.

El local por estar ubicado en una zona urbanística cuenta con disponibilidad de servicios de electricidad, aguas blancas, sistema de cloacas, aseo y línea telefónica. Al encontrase en la calle principal de la ciudad representa una gran ventaja para el funcionamiento del salón pues por allí transitan los transportes públicos y privados.

Por otro lado, para dotar el salón de belleza es necesario adquirir:

3 Sillas de peluquería modelo África para adultos, 1 silla de peluquería para niños, 2 sillas para manicuristas, 2 silla de atención manicurista modelo Ray, 1 tándem de sillas de espera, 3 peinadoras modelo Rave, 3 carritos ayudante modelo Sigma, 1 esterilizador de cepillos, 1 climazón, 2 mesas manicure modelo Italia, 2 lavacabezas, 1 mueble para recepción en espiral, 1 caja registradora, 1 calentador de agua, 1

protector eléctrico integral, 1 lavadora - secadora, 20 toallas, 1 Aire acondicionado 60000 BTU, 1 Aire acondicionado 24000 BTU.

Tabla 4. Maquinaria y equipos.

DATOS DEL PROYECTO

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Expresado en Bolivares Fuertes

	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total	Costo Traslado	Costo Total
Equipos auxiliares						
Lavadora / Secadora	C/U	1	65000	65000	975	65975
Aire acondicionado 60000 BTU	C/U	1	115000	115000	1725	116725
Aire acondicionado 24000 BTU	C/U	1	45000	45000	675	45675
Calentador de agua	C/U	1	3500	3500	52,5	3552,5
Protector eléctrico integral	C/U	1	15000	15000	225	15225
Costo de los equipos auxiliares						**247152,5**
Mobiliario y equipo de oficina						
Silla de peluquería África	C/U	3	10000	30000	450	30450
Silla de peluquería para niños	C/U	1	4000	4000	60	4060
Silla para manicurista	C/U	2	3000	6000	90	6090
Mesa minicure italia	C/U	2	6000	12000	180	12180
Silla manicurista Ray	C/U	2	2000	4000	60	4060
Sillas de espera tandem	C/U	1	12000	12000	180	12180
Climazon	C/U	1	50000	50000	750	50750
Esterilizador de cepillos	C/U	1	4500	4500	67,5	4567,5
Peinadoras Rave	C/U	3	11000	33000	495	33495
Carrito ayudante Sigma	C/U	3	3000	9000	135	9135
Lavacabezas	C/U	2	8000	16000	240	16240
Recepcion espiral	C/U	1	26000	26000	390	26390
Maquina Registradora	C/U	1	36000	36000	540	36540
Toallas	C/U	20	70	1400	21	1421
Costo equipos y mobiliario						**247558,5**
Costo Total						**494711**

OP	Parámetros	
Tec	Costo de Traslado al local	1,50%

5.2.4 Tecnología utilizada.

Los equipos y mobiliarios a utilizarse los cuales serán propios del salón de belleza son de fabricación externa sin embargo, existen distribuidores a nivel nacional con los que se puede contactar para la adquisición de los mismos. El costo unitario de cada uno de los componentes de los equipos y mobiliarios está detallado en la Tabla 4. En forma complementaria a estos costos se encuentran involucrados los gastos asociados al transporte terrestre desde el sitio en donde se efectúa la compra hasta el lugar de su instalación , el cual equivale a 1,5%.

El resto de los equipos que se utilizaran en el proceso (secadores, planchas, rizadoras, tijeras, maquinas de cortar cabello, navajas, hojillas, peines, cepillos, ganchetas, pinzas, capas, gorros para mechas, tintes, decolorantes, hidrataciones, baños de crema, desriz, uñas postizas, geles, pegas, limas, tacos, lámparas, pinturas, accesorios entre otros) serán propios del personal que labore en el salón de belleza (estilistas - manicuristas) los cuales serán contratados bajo los siguientes términos:

A los estilistas se les cancelará el 50% del costo del trabajo ejecutado.

A los manicuristas se les cancelará el 50% del costo del trabajo ejecutado.

5.2.5 Proceso de producción.

5.2.5.1 Lavado de cabello. Al llegar el cliente se le atiende en recepción, si el cliente desea lavarse el cabello, se le dirige a la zona de lavado. Debe quitarse joyas del cuello y orejas si los usara y se procede a colocar la toalla limpia en su cuello.

El ayudante prueba la temperatura del agua, humedece bien el pelo y comienza a aplicar el primer champú el cual no hará demasiada espuma a causa de la grasa y demás suciedad; se enjuaga con abundante agua y se aplica al segundo champú siguiendo la misma metodología que el primero.

Se seca el cabello cuidadosamente con una toalla hasta que no gotee más, se endereza al cliente, se le pone cómodo y se le coloca una toalla seca en los hombros para comenzar a desenredar el cabello mechón a mechón, empezando por la parte de atrás. Finalizado esto puede pasarse a la fase siguiente.

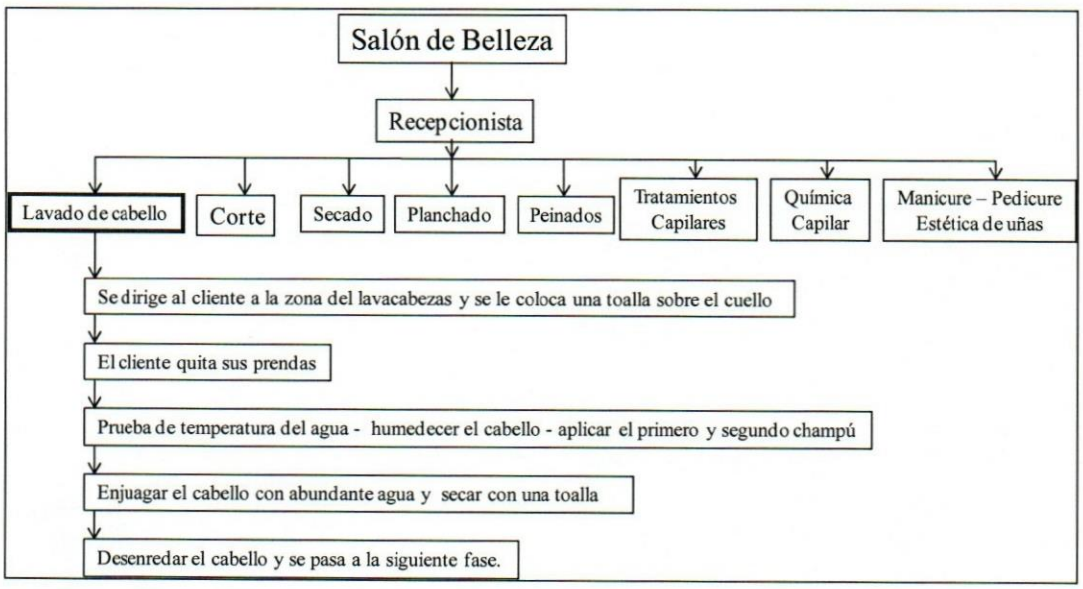


Figura 14. Proceso de producción lavado de cabello.

5.2.5.2 Corte. Para comenzar el servicio se da atención al cliente y se le dirige hasta el ayudante quien lavará el cabello con champú para facilitar el corte ó, pasa directo al estilista si así lo prefiere.

El estilista ofrece revistas de cortes, de nueva moda, revistas de entretenimiento entre otras para que elija el corte deseado.

El cliente indica al estilista la clase y forma del corte que desea y el estilista coloca la capa sobre el cuello del cliente para comenzar a cortar el cabello con las indicaciones obtenidas.

Una vez cortado el cabello se revisa el corte, se quita la capa del cuello y limpia con talco para eliminar el cabello que quedo en el rostro y ropa del cliente.

Se muestra como quedó el corte al cliente y si desea realizar otra operación se continúa con el siguiente paso, en caso contrario el cliente quedó listo para pagar por el servicio.

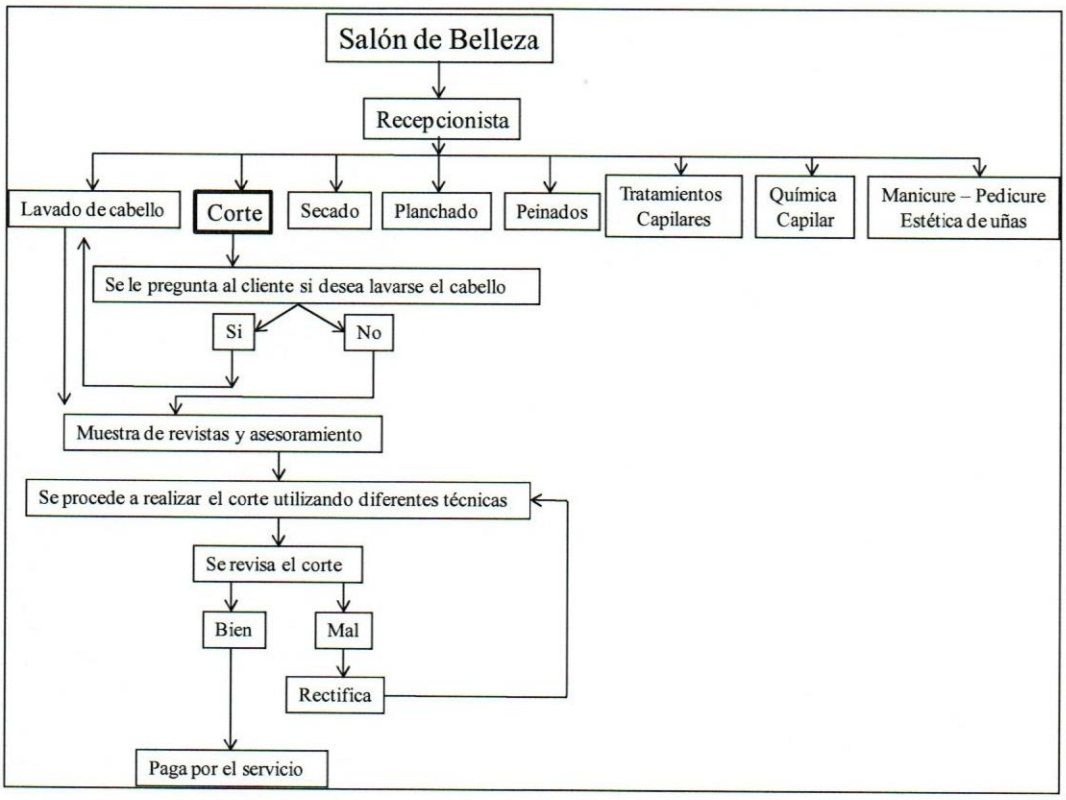


Figura 15. Proceso de producción corte de cabello.

5.2.5.3 Secado. Se recibe al cliente en recepción, se le consulta cómo desea el secado (liso, recto, para adentro, para afuera) y si tiene el cabello limpio o desea lavárselo, si la respuesta es afirmativa se dirige hasta la zona de lavacabezas, de lo contrario se lleva con el estilista el cual comenzará a desenredar el cabello y a separarlo en secciones dependiendo del tipo de secado deseado.

Se escoge el tipo de cepillo adecuado y se inicia a secar el pelo mechón a mechón comenzando por la nuca y estirando desde la raíz hasta las puntas, repetidas veces hasta que el pelo este seco. Se sigue con cada sección del pelo hasta terminar; se muestra el resultado al cliente, al final se puede utilizar gotas, u otro producto para después del secado y el cliente está listo para pagar por el servicio.

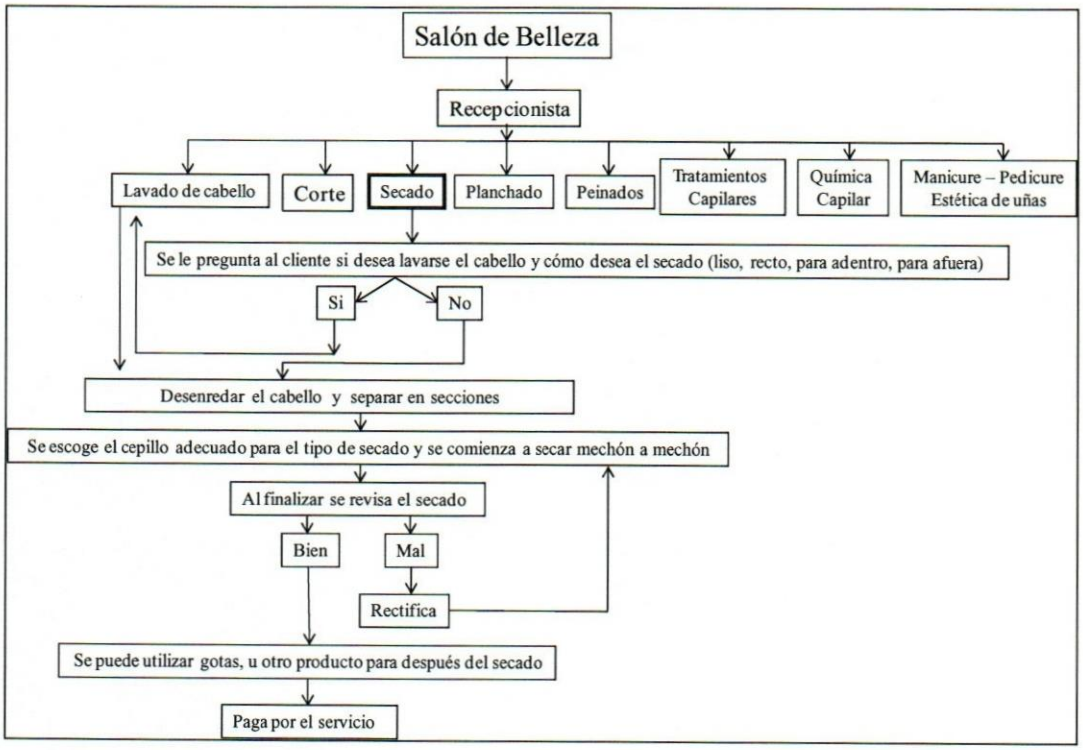


Figura 16. Proceso de producción secado de cabello.

5.2.5.4 Planchado. Una vez que llega el cliente a recepción se le atiende. Si desea lavarse el cabello se lleva con el ayudante y una vez listo se pasa con el estilista. Antes de planchar el cabello se desenreda, separa en secciones y se procede a secar ya que si se plancha húmedo se resecará, se pondrá esponjado y además se quemará. Para empezar a alisar, se determina la temperatura que debe tener la plancha de acuerdo al tipo de cabello que tenga el cliente, se separa el cabello en secciones delgadas y se pasa lentamente la plancha por cada sección, sin detenerse. Se continúa con cada sección del pelo hasta terminar, al final si el cliente queda satisfecho con el servicio, procede a pagar.

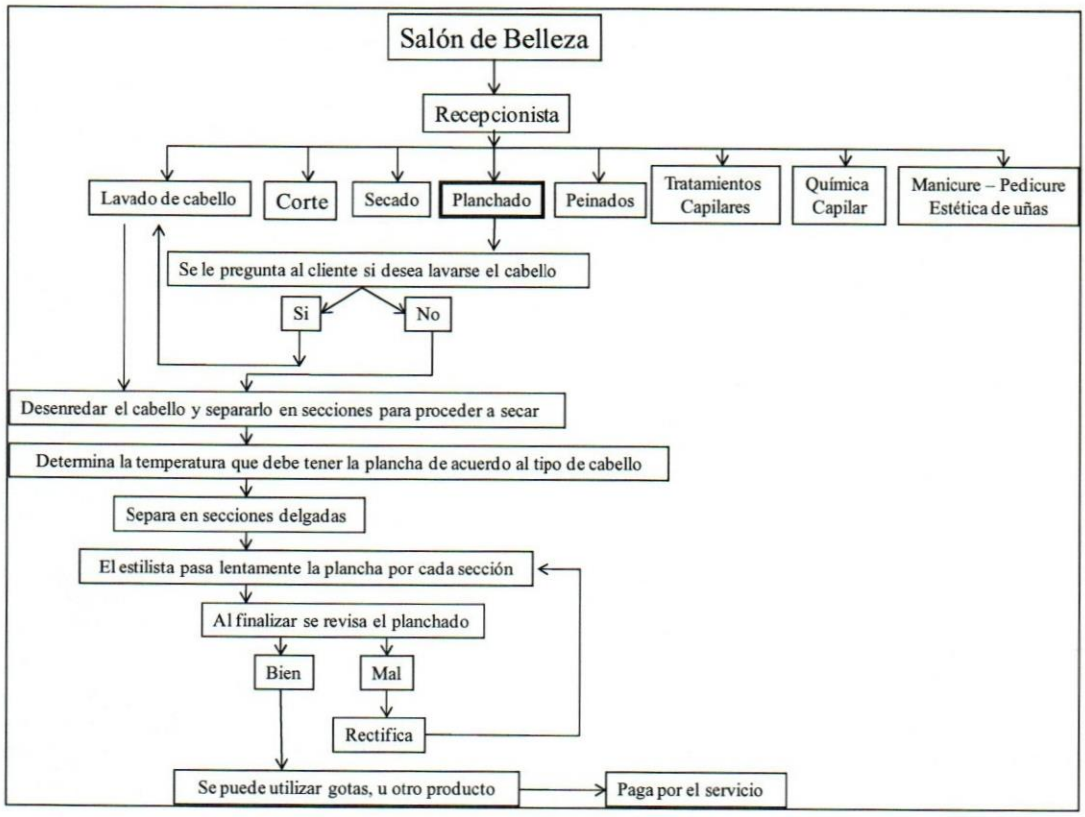


Figura 17. Proceso de producción planchado de cabello.

5.2.5.5 Peinados. Al recibir al cliente en recepción se le asigna uno de los estilistas el cual se encargará de realizar el peinado según lo indicado por el cliente. En el caso de peinados recogidos (moños) lo primero que debe hacerse es lavar el cabello, enjuagarlo con abundante agua, desenredar y proceder a secar. Para el armado del moño se crepará y fijará el cabello con laca en aerosol para darle la forma deseada; una vez que el peinado esté listo se fija con laca fuerte y se le indica al cliente que ya puede pagar por el servicio.

Los trenzados pueden realizarse en seco o en húmedo según la preferencia del cliente, en ambos casos se trenza según modelo elegido por el cliente se aplica gel para el

cabello húmedo ó, laca si el cabello está seco y se procede adornar si el cliente lo desea. Una vez listo se procede a pagar por el servicio.

Los peinados casuales (bucles) deben realizarse con el cabello limpio por lo que es necesario, lavar el pelo y proceder a secarlo (si el cabello es encrespado se recomienda plancharlo ligeramente) luego se moldea con tenazas y se fija con aerosol. Una vez el cliente esté listo y conforme paga por el servicio.

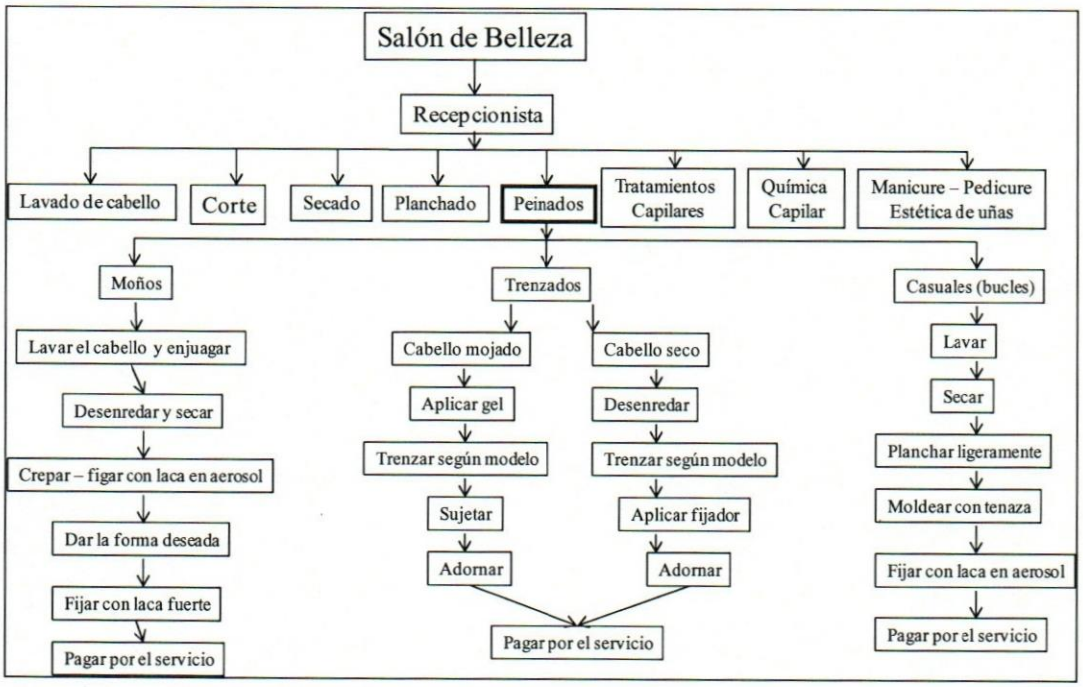


Figura 18. Proceso de producción peinados de cabello.

5.2.5.6 Tratamientos capilares. Para comenzar el servicio se da atención al cliente y se le dirige hasta el ayudante para lavar el cabello con champú y enjuagar con abundante agua. Después de lavado el cabello, se comienza a secar quitando un 10% de humedad para que el producto penetre con mayor facilidad. Antes de aplicar la hidratación se separa el cabello en secciones. La aplicación debe comenzar de la nuca hacia arriba y a partir de 2cm de la raíz hasta la punta. Terminada la aplicación

del producto se coloca un gorro térmico y se deja en tiempo de espera de 15 a 20 minutos para posteriormente enjuagar y proceder a planchar o secar si el cliente lo desea. Finalizado el proceso, el cliente queda listo para pagar por el servicio.

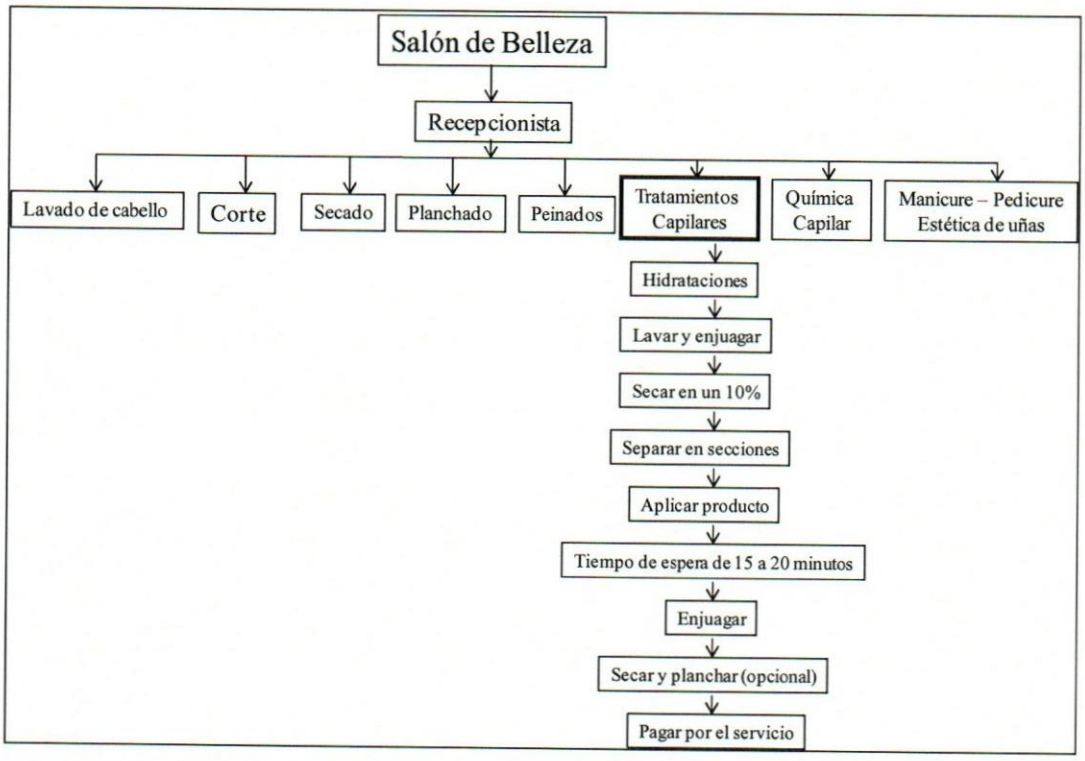


Figura 19. Proceso de producción tratamientos capilares.

5.2.5.7 Química capilar. En este proceso están incluidos los tintes, mechas, decoloraciones y alisados.

Si el cliente quiere aplicarse un tinte, lo primero que debe hacer es seleccionar el color deseado y explicarle al estilista cual es el color preferido para que el mismo con base en sus conocimientos pueda realizar la mezcla de tintes correctas para lograr el color que el cliente desea. La aplicación del producto puede comenzar desde la nuca hacia arriba o viceversa y de raíz a punta. Una vez terminada la aplicación del tinte

hay un tiempo de exposición en el climazón que puede variar de 30 a 45 minutos. Después de cumplirse el tiempo indicado se revisa la coloración y se procede a lavar, enjuagar y secar o planchar si el cliente lo desea. Finalizado el proceso el cliente paga por el servicio.

Las mechas se pueden realizar con gorro, dirigidas o localizadas según la preferencia del cliente. En todos los casos, se comienzan a extraer mechas de cabello y aplicar en cada una de ellas crema decolorante hasta cubrir toda la zona deseada. Al terminar la aplicación se cubre con plástico la cabeza y se coloca en el climazón durante un tiempo de exposición en donde el estilista debe estar pendiente para lograr conseguir el color de mechas deseado. Terminado el tiempo, se enjuaga, lava y analiza la mecha para proceder con el secado (opcional) y quedará listo el proceso.

En las decoloraciones, se divide el cabello en dos partes para decolorar en dos etapas dejando 1cm de la raíz, del mismo modo que ocurre en las mechas, se deja un tiempo de exposición para cada etapa, se enjuaga, lava y analiza el cabello. Si el cliente desea realizar otra operación se continúa con el siguiente paso, en caso contrario puede proceder a pagar por el servicio.

Los alisados con keratina se trabajan con el cabello 80% seco, dividiéndolo en 6 u 8 secciones, aplicando el producto en mechones delgados de raíz a punta hasta cubrir toda la cabeza. Finalizada la aplicación, se termina de secar el cabello al 100% con un peine de dientes gruesos para posteriormente planchar y dar por finalizado el proceso. El cliente no debe lavarse el cabello antes de los 4 días; al cumplirse la fecha debe volver al salón de belleza para observar el cabello, lavar y proceder a planchar.

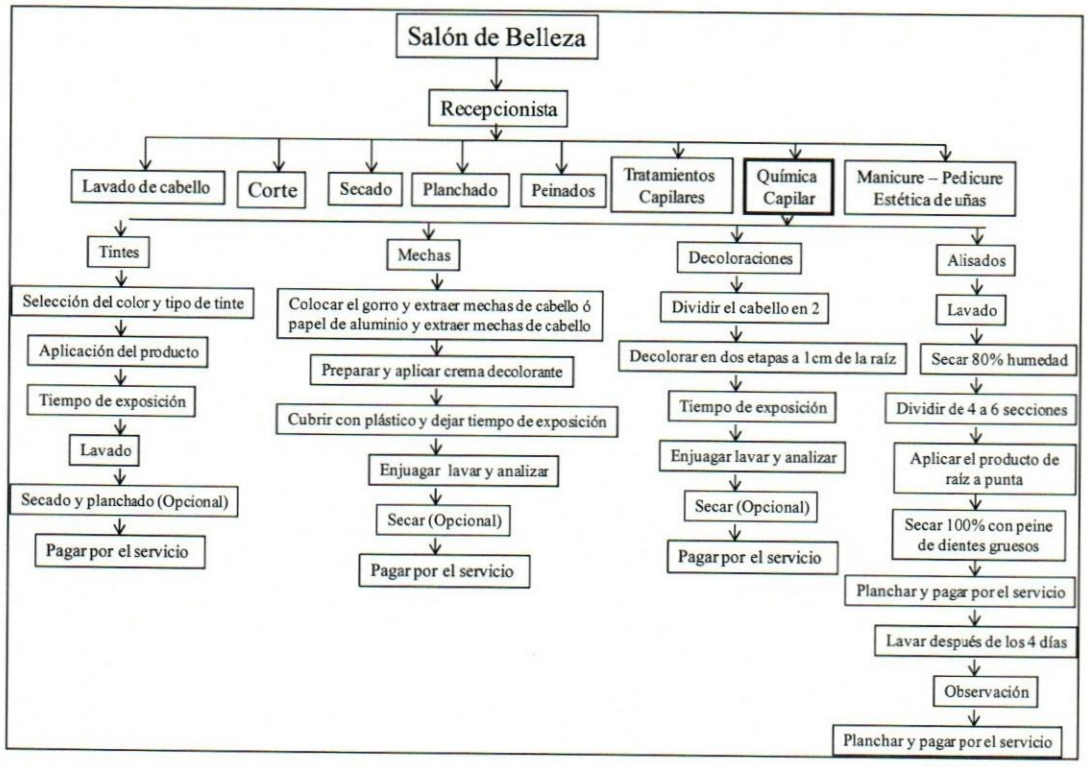


Figura 20. Proceso de producción química capilar.

5.2.5.8 Manicure - pedicure y estética de uñas. En el proceso de manicure una de las cosas más importantes es la asepsia; luego de realizada, se coloca crema para ablandar la cutícula mientras se cortan las uñas y se liman según lo indicado por el cliente. Seguidamente se remueven las cutículas, se vuelve a realizar asepsia, se aplica crema en las manos para hidratar y se procede a pintar las uñas.

En el pedicure, también se comienza realizando una asepsia seguido de ablandar la dureza colocando crema para luego removerla, cortar las uñas, remover la cutícula y por ultimo aplicar crema hidratante y pintar.

La estética de uñas se inicia con la asepsia seguido de una preparación de la uña la cual consiste en limarla y lijarla para que la extensión pegue con mayor firmeza. Preparada la uña y escogida las extensiones de acuerdo al tamaño de la uña del

cliente, se procede a pegar, cortar, limar, lijar, pulir y limpiar la extensión para colocar el acrílico el cual se secará en una lámpara. Terminado este proceso se comienza a decorar la uña según modelo escogido por el cliente y a sellar con gel. Completado lo anterior, se hidratan las manos y el cliente queda listo para pagar por el servicio.

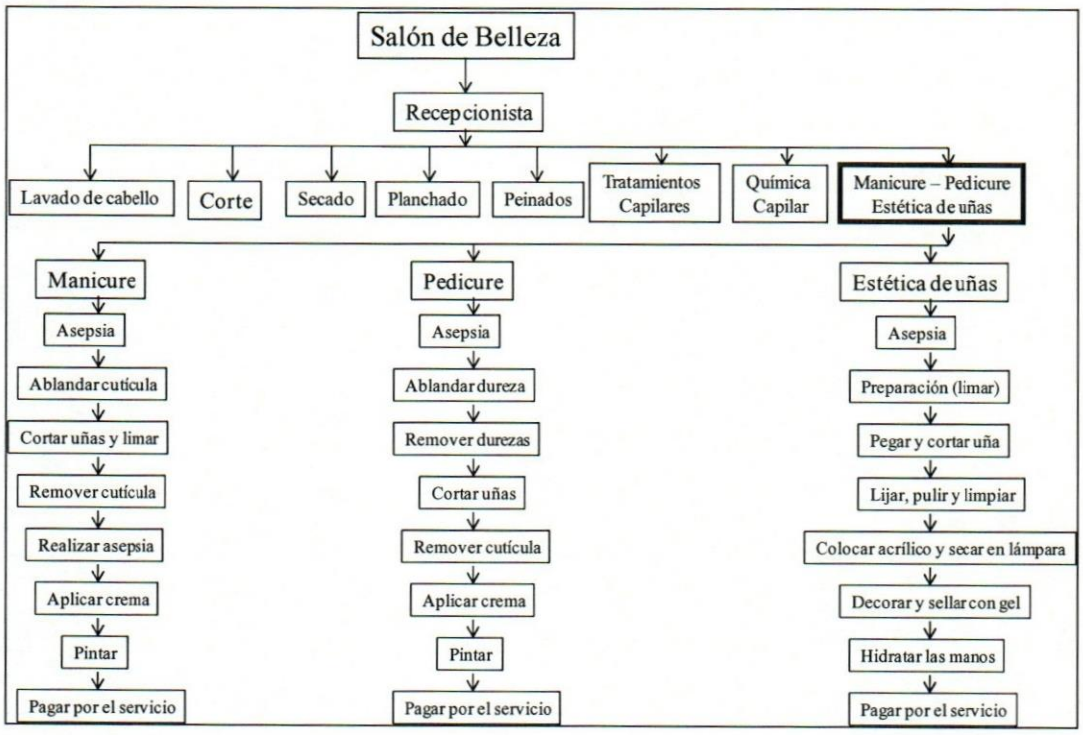


Figura 21. Proceso de producción manicure - pedicure - estética de uñas.

5.2.6 Desechos y pérdidas del proceso.

Las pérdidas y desechos asociados a este tipo de proceso se clasifican en residuos infecciosos o residuos biológicos catalogados legalmente como biosanitarios y cortopunzantes. Se consideran como residuos biosanitarios el pelo, restos de manicure y pedicure, algodones, lijas, limas, lencería desechable, guantes. Dentro de los cortopunzantes se encuentran las limas, hojillas, restos de ampollas, palos de

naranja y cualquier otro elemento que por sus características cortopunzantes pueda lesionar y ocasionar un riesgo infeccioso.

5.2.7 Control de calidad.

Para asegurar la calidad del servicio prestado y la satisfacción de los clientes, en cada parte del proceso de producción existe un chequeo y una verificación del mismo con la finalidad de corregir cualquier insatisfacción por parte del cliente o del estilista; además, el salón de belleza contará con un buzón de sugerencias para recibir cualquier comentario de los usuarios.

Por otra parte el gerente del salón se encargará de medir a través de encuestas a los clientes:

El rendimiento (nivel de trabajo).

La apariencia (estética, olor, feeling).

Conformidad (expectativas sobre los productos y servicios ofrecidos).

Seguridad (no recibir daños).

Confianza (nivel de servicio regular/estable).

Durabilidad (tiempo para disfrutar los resultados).

5.2.8 Volumen de ocupación.

Se trabajará 1 turno diario de 8 horas, 22 días al mes, con un horario comprendido de 8:00am - 12:00pm y de 2:00pm a 6:00pm de lunes a sábado durante los 12 meses del año. Los días feriados serán no laborables. Los estilistas y manicuristas son contratados bajo una firma personal y gozarán de 2 días libres consecutivos a la semana y 15 días hábiles de vacaciones. El administrador, recepcionista y ayudante estarán contratados de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y Trabajadoras y los beneficios laborables están ajustados a lo mínimo establecido en la Ley.

El salón de belleza contará con accionistas (los dueños del negocio), su labor es directiva lo que implica la supervisión de todas las actividades de la empresa y del personal así como también, la toma de decisiones operativas y financieras. El administrador se encargará de las contrataciones, nóminas y beneficios de los trabajadores; a la par se hará cargo de todo lo concerniente a las finanzas e impuestos. El recepcionista proporcionará información precisa al cliente, así como la tramitación de cualquier solicitud de servicio bien sea de forma presente o por teléfono, también se hará cargo del cobro y facturación del servicio. Los estilistas, manicuristas y ayudantes llevaran a cabo todo el proceso operativo para el funcionamiento del salón.

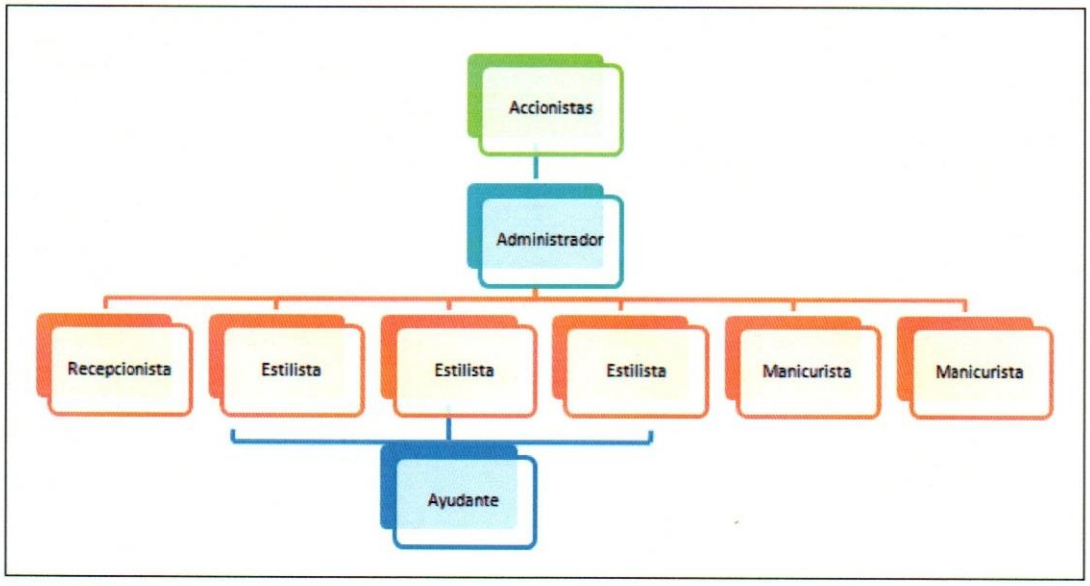


Figura 22. Posible estructura organizativa del salón de belleza.

A continuación en la Tabla 5 se indica el código por categoría, la denominación del cargo, su clasificación en fijo (F) y variable (V), el número de personas por cargo que integran la nómina y el salario individual básico mensual al inicio del año de operaciones.

Tabla 5. Salario estimado.

Código	Denominación del cargo	Clasificación	Cantidad	Salario (Bs.)
1	Administrador	F	1	6000
2	Recepcionista	F	1	4251,40
3	Estilista	F	3	50% del trabajo ejecutado
4	Manicurista	F	2	50% del trabajo ejecutado
5	Ayudante	F	1	4251,40

5.2.9 Capacidad instalada y utilizada.

Para determinar la capacidad instalada del salón de belleza se tomó en consideración los resultados obtenidos del estudio técnico y de mercado así como también, la opinión de expertos en el área (realizando estimaciones de las cantidades de cada uno del los servicios) y el tiempo que debe emplearse para cada uno de ellos.

Una vez establecida la capacidad instalada, se procedió a determinar la capacidad utilizada partiendo de la población estimada por el INE y los porcentajes de aceptación obtenidos a través de la encuesta.

El cálculo se realizó tomando en consideración que el primer año del proyecto corresponde a las inversiones necesarias para la operatividad del negocio, trámites para su creación, gestiones de financiamiento por parte de terceros y adecuación del local. El inicio de actividades comienza a partir del segundo año y sólo se utilizará un 60% de la capacidad instalada. En los años siguientes la capacidad utilizada aumentará un 10% por año hasta llegar a la capacidad instalada, ver Tabla 6.

Tabla 6. Capacidad instalada y utilizada.

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA							
(Expresado en cantidad de servicios)							
		FASE 1	FASE 2				
	Base de Cálculos	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN							
Capacidad instalada							
Lavado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Lavado (servicios por mes)	280		280	280	280	280	280
Lavado (servicios por año)	2160		2.160	2.160	2.160	2.160	2.160
Corte (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Corte (servicios por mes)	240		240	240	240	240	240
Corte (servicios por año)	2.880		2.880	2.880	2.880	2.880	2.880
Secado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Secado (servicios por mes)	75		75	75	75	75	75
Secado (servicios por año)	900		900	900	900	900	900
Planchado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Planchado (servicios por mes)	75		75	75	75	75	75
Planchado (servicios por año)	900		900	900	900	900	900
Peinado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Peinado (servicios por mes)	6		6	6	6	6	6
Peinado (servicios por año)	72		72	72	72	72	72
Tinte (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Tinte (servicios por mes)	54		54	54	54	54	54
Tinte (servicios por año)	648		648	648	648	648	648
Mechas con gorro (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas con gorro (servicios por mes)	6		6	6	6	6	6
Mechas con gorro (servicios por año)	72		72	72	72	72	72
Mechas dirigidas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas dirigidas (servicios por mes)	9		9	9	9	9	9
Mechas dirigidas (servicios por año)	108		108	108	108	108	108
Mechas localizadas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas localizadas (servicios por mes)	3		3	3	3	3	3
Mechas localizadas (servicios por año)	36		36	36	36	36	36
Decoloraciones (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Decoloraciones (servicios por mes)	3		3	3	3	3	3
Decoloraciones (servicios por año)	36		36	36	36	36	36
Alisamientos (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Alisamientos (servicios por mes)	24		24	24	24	24	24
Alisamientos (servicios por año)	288		288	288	288	288	288
Hidrataciones (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Hidrataciones (servicios por mes)	15		15	15	15	15	15
Hidrataciones (servicios por año)	180		180	180	180	180	180
Manicure (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Manicure (servicios por mes)	144		144	144	144	144	144
Manicure (servicios por año)	1.728		1.728	1.728	1.728	1.728	1.728
Pedicure (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Pedicure (servicios por mes)	144		144	144	144	144	144
Pedicure (servicios por año)	1728		1.728	1.728	1.728	1.728	1.728
Estética de uñas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Estética de uñas (servicios por mes)	48		48	48	48	48	48
Estética de uñas (servicios por año)	576		576	576	576	576	576

Tabla 6. Capacidad instalada y utilizada. (Cont...)

Capacidad utilizada							
Lavado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Lavado (servicios por mes)			168	196	224	252	280
Lavado (servicios por año)			1.296	1.512	1.728	1.944	2.160
Pérdida en el servicio	5,00%		-64,8	-75,6	-86,4	-97,2	-108
Corte (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Corte (servicios por mes)			144	168	192	216	240
Corte (servicios por año)			1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Secado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Secado (servicios por mes)			45	53	60	68	75
Secado (servicios por año)			540	630	720	810	900
Planchado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Planchado (servicios por mes)			45	53	60	68	75
Planchado (servicios por año)			540	630	720	810	900
Peinado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Peinado (servicios por mes)			4	4	5	5	6
Peinado (servicios por año)			43	50	58	65	72
Pérdida en el servicio	5,00%		-2,16	-2,52	-2,88	-3,24	-3,6
Tinte (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Tinte (servicios por mes)			32	38	43	49	54
Tinte (servicios por año)			389	454	518	583	648
Pérdida en el servicio	5,00%		-19,44	-22,68	-25,92	-29,16	-32,4
Mechas con gorro (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas con gorro (servicios por mes)			4	4	5	5	6
Mechas con gorro (servicios por año)			43	50	58	65	72
Pérdida en el servicio	5,00%		-2,16	-2,52	-2,88	-3,24	-3,6
Mechas dirigidas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas dirigidas (servicios por mes)			5	6	7	8	9
Mechas dirigidas (servicios por año)			65	76	86	97	108
Pérdida en el servicio	5,00%		-3,24	-3,78	-4,32	-4,86	-5,4
Mechas localizadas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas localizadas (servicios por mes)			2	2	2	3	3
Mechas localizadas (servicios por año)			22	25	29	32	36
Pérdida en el servicio	5,00%		-1,08	-1,26	-1,44	-1,62	-1,8
Decoloraciones (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Decoloraciones (servicios por mes)			2	2	2	3	3
Decoloraciones (servicios por año)			22	25	29	32	36
Pérdida en el servicio	5,00%		-1,08	-1,26	-1,44	-1,62	-1,8
Alisamientos (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Alisamientos (servicios por mes)			14	17	19	22	24
Alisamientos (servicios por año)			173	202	230	259	288
Pérdida en el servicio	5,00%		-8,64	-10,08	-11,52	-12,96	-14,4
Hidataciones (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Hidataciones (servicios por mes)			9	11	12	14	15
Hidataciones (servicios por año)			108	126	144	162	180
Pérdida en el servicio	5,00%		-5,4	-6,3	-7,2	-8,1	-9
Manicure (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Manicure (servicios por mes)			86	101	115	130	144
Manicure (servicios por año)			1.037	1.210	1.382	1.555	1.728
Pérdida en el servicio	5,00%		-51,84	-60,48	-69,12	-77,76	-86,4
Pedicure (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Pedicure (servicios por mes)			86	101	115	130	144
Pedicure (servicios por año)			1.037	1.210	1.382	1.555	1.728
Pérdida en el servicio	5,00%		-51,84	-60,48	-69,12	-77,76	-86,4
Estética de uñas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Estética de uñas (servicios por mes)			29	34	38	43	48
Estética de uñas (servicios por año)			346	403	461	518	576
Pérdida en el servicio	5,00%		-17,28	-20,16	-23,04	-25,92	-28,8

Tabla 6. Capacidad instalada y utilizada. (Cont...)

	Capacidad utilizada neta Lavado			1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
	Capacidad utilizada neta Corte			1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
	Capacidad utilizada neta Secado			540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Planchado			540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Peinado			41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Tinte			369	431	492	554	616
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro			41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas			62	72	82	92	103
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas			21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones			21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Alisamientos			164	192	219	246	274
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones			103	120	137	154	171
	Capacidad utilizada neta Manicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Pedicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas			328	383	438	492	547
	Produccion Total			7.158	8.351	9.544	10.737	11.930

OP	Parámetros		
Tec	Porcentaje de cap. Instalada por año	100,00%	de la capacidad total del servicio prestado
Tec	Capacidad instalada por servicio Lavado	2.160	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Corte	2.880	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Secado	900	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Planchado	900	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Peinado	72	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Tinte	648	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas con gorro	72	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas dirigidas	108	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas localizadas	36	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Decoloraciones	36	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Alisamientos	288	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Hidrataciones	180	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Manicure	1.728	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Pedicure	1.728	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Estética de uñas	576	servicio por año
Tec	Porcentaje de cap. utilizada 2do. año	60,00%	de la capacidad instalada
Tec	Incremento anual de la cap. utilizada	10,00%	de incremento anual
Tec	Pérdida promedio en el proceso	5,00%	de pérdida por servicio
Tec	Turnos de trabajo diario	1	turno de trabajo por día
Tec	Días laborables por mes	22	días laborables por mes
Tec	Meses por año	12	meses por año
Tec	Días laborables por año	264	días laborables por año

5.3 Estudio Económico - Financiero

Objetivo 3: Evaluar la factibilidad desde el punto de vista económico – financiero a través de herramientas, tales como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno, el punto de equilibrio y el Período de Recuperación Descontado.

Este análisis se obtiene una vez organizada la información de los estudios anteriores con el fin de elaborar los cuadros que se usan para la evaluación de los resultados y la factibilidad del negocio. Ver Anexo 5.

Los primeros cálculos realizados corresponden a los cuadros de (Maquinaria y equipos) y (Estudios y proyectos) ver Anexo 5. los cuales confluyen en la Tabla 7. donde se muestra la inversión total.

Tabla 7. Inversión total.

INVERSIÓN TOTAL

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		FASE 1 - PRIMER AÑO		
		Inversión realizada		
		Aporte Propio	Aporte de Terceros	Inversión Total
	Activos Fijos			
	Obras civiles (Local)			0
	Equipo auxiliar		247.153	247.153
	Mob. y equipo de oficina	247.559		247.559
A	**Total Activos Fijos**	**247.559**	**247.153**	**494.711**
	Otros Activos			
	Costo financiero del crédito	48.042		48.042
	Instalación y montaje	4.943		4.943
	Estudio de factibilidad	41.913		41.913
	Imprevistos y varios	1.238		1.238
B	**Total Otros Activos**	**96.135**		**96.135**
C	**TOTAL ACTIVOS (A+B)**	**343.694**	**247.153**	**590.846**
	Capital de Trabajo			
	Rezago entre ingresos y egresos	-47.258		-47.258
D	**Total Capital de Trabajo**	**-47.258**	**0**	**-47.258**
E	**INVERSION TOTAL (C+D)**	**296.436**	**247.153**	**543.589**
F	**Distribución porcentual**	54,53%	45,47%	100,00%
OP	**Parámetros**			
Tec	Meses por año	12		
Tec	Costo de Instalación y montaje	2,0%		
Efi	Costo de imprevistos y varios	0,50%		
AdS	Inflacion estimada de los activos domésticos		0,00%	

Ya determinada la inversión del proyecto se procedió a realizar el cálculo de las alícuotas de depreciación y amortización las cuales se muestran en el Anexo 5. (Depreciación y amortización) así como también; el (Financiamiento de terceros) de cuyo cuadro se obtiene, el costo financiero del crédito y los pagos periódicos de amortización que van a permitir devolver al banco el capital otorgado como crédito y los intereses causados durante dicho período.

Posteriormente se determinó el valor de los elementos de costos e ingresos los cuales incluyen, ver Anexo 5. (Nómina) (Ingresos operacionales) y (Gastos de fabricación) que fueron reflejados en el cuadro de (Estado de resultados) Anexo 5. del cual se obtuvo la utilidad bruta, y el monto del impuesto sobre la renta.

Para el cálculo del (Capital de trabajo) Anexo 5. se tomaron los ingresos y egresos de fondos líquidos del primer año de y se dispersaron por meses; de la deferencia entre los ingresos operacionales y los egresos de inversión, surgió el saldo de caja.

Consecutivamente se calcularon las proyecciones de los valores agregados mostrados en el Anexo 5. (Valor agregado) el cual indicó qué porcentaje del costo total de producción del servicio se destinará a la adquisición de insumos y qué porcentaje de ese costo total se destinará a producir valor agregado en la economía.

El Punto de equilibrio permitió conocer a qué nivel del proceso productivo los ingresos totales se igualan a los costos totales. Al inicio de las operaciones en el segundo año, el punto de equilibrio es bastante alto pero luego disminuye paulatinamente hasta el sexto año de la proyección, Tabla 8.

Tabla 8. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)						
Capacidad utilizada neta Lavado		1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
Capacidad utilizada neta Corte		1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Capacidad utilizada neta Secado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Planchado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Peinado		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Tinte		369	431	492	554	616
Capacidad utilizada neta Mechas con gorro		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas		62	72	82	92	103
Capacidad utilizada neta Mechas localizadas		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Decoloraciones		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Alisamientos		164	192	219	246	274
Capacidad utilizada neta Hidrataciones		103	120	137	154	171
Capacidad utilizada neta Manicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Pedicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Estética de uñas		328	383	438	492	547
Costos Fijos						
Materia Prima						
Nómina		311.105	311.105	311.105	311.105	311.105
Gastos de fabricación		91.085	92.484	93.883	95.282	96.681
Intereses crediticios		56.130	53.794	43.358	30.419	14.373
Depreciación y amortización		87.056	87.056	87.056	86.437	78.055
TOTAL COSTOS FIJOS		**545.375**	**544.438**	**535.402**	**523.242**	**500.214**
Costos Variables						
Materia Prima		0	0	0	0	0
Nómina		835.105	974.289	1.113.473	1.252.657	1.391.841
Gastos de fabricación		280.511	285.203	326.083	348.869	371.655
Intereses crediticios						
Depreciación y amortización						
TOTAL COSTOS VARIABLES		**1.115.616**	**1.259.492**	**1.439.556**	**1.601.526**	**1.763.496**
COSTOS TOTALES (F+V)		**1.660.991**	**1.803.930**	**1.974.958**	**2.124.768**	**2.263.710**
Impuestos sobre la renta		7.847	29.238	50.298	87.862	137.709
Utilidad neta		44.464	165.683	259.146	357.321	454.083
INGRESOS POR VENTAS		**1.713.301**	**1.998.851**	**2.284.402**	**2.569.952**	**2.855.502**

Tabla 8. Punto de equilibrio (Cont...).

	Punto de Equilibrio por año					
	Expresado en:					
	Porcentaje	**91,25%**	**73,64%**	**63,37%**	**54,03%**	**45,81%**
	Unidades de producción					
	Capacidad utilizada neta Lavado	1.123	1.058	1.040	998	940
	Capacidad utilizada neta Corte	1.577	1.485	1.460	1.400	1.319
	Capacidad utilizada neta Secado	493	464	456	438	412
	Capacidad utilizada neta Planchado	493	464	456	438	412
	Capacidad utilizada neta Peinado	37	35	35	33	31
	Capacidad utilizada neta Tinte	337	317	312	299	282
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro	37	35	35	33	31
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas	56	53	52	50	47
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas	19	18	17	17	16
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones	19	18	17	17	16
	Capacidad utilizada neta Alisamientos	150	141	139	133	125
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones	94	88	87	83	78
	Capacidad utilizada neta Manicure	899	846	832	798	752
	Capacidad utilizada neta Pedicure	899	846	832	798	752
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas	300	282	277	266	251
	Ingresos por ventas	1.563.350	1.471.883	1.447.688	1.388.550	1.308.016
	Meses por año	10,95	8,84	7,60	6,48	5,50
	Días laborables por año	240,89	194,40	167,30	142,64	120,93
	Punto de Equilibrio promedio					
	Expresado en:					
	Porcentaje	**65,62%**				
	Unidades de producción					
	Capacidad utilizada neta Lavado	**1.032**				
	Capacidad utilizada neta Corte	**1.448**				
	Capacidad utilizada neta Secado	**453**				
	Capacidad utilizada neta Planchado	**453**				
	Capacidad utilizada neta Peinado	**34**				
	Capacidad utilizada neta Tinte	**310**				
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro	**34**				
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas	**52**				
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas	**17**				
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones	**17**				
	Capacidad utilizada neta Alisamientos	**138**				
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones	**86**				
	Capacidad utilizada neta Manicure	**825**				
	Capacidad utilizada neta Pedicure	**825**				
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas	**275**				
	Ingresos por ventas	**1.435.898**				
	Meses por año	**787,43%**				
	Días laborables por año	**17323,37%**				
OP	**Parámetros**					
	INGRESOS TOTALES POR VENTA	1.713.301	1.998.851	2.284.402	2.569.952	2.855.502
	Meses por año	12	Meses por año			
	Días laborables por año	264	Días laborables por año			

A continuación se procedió a determinar la (Productividad) y la (Rentabilidad estática) Anexo 5. permitiendo generar información necesaria para la toma de decisiones gerenciales y para el control del proyecto.

Por último, aplicando las técnicas de evaluación financiera (TIR y VPN) se determinó la rentabilidad financiera del negocio para comprobar si es financieramente rentable y la rentabilidad financiera del promotor para probar si el aporte realizado por el promotor justifica el riesgo asumido, ver Tabla 9.

Tabla 9. Rentabilidad financiera.

RENTABILIDAD FINANCIERA

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)	**0**	**7.158**	**8.351**	**9.544**	**10.737**	**11.930**
	Tasa de Costo de Capital	**24,00%**					
	RENTABILIDAD DEL NEGOCIO						
	Inversión Realizada						
A	Inversión Total	-543.589					
B	Saldo de Caja	-47.258	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
C	Saldo de Caja Neto SCN (A+B)	-590.846	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
D	SCN Descontado	-476.489	85.536	109.754	123.630	128.565	123.579
E	SCND Acumulado	-476.489	-390.953	-281.199	-157.570	-29.005	94.574
	Valor Presente Neto	**94.574**					
	Tasa Interna de Retorno	**31,43%**					
	Período de Recuperación	**4,23**					
	RENTABILIDAD DEL PROMOTOR						
	Inversión Realizada						
A	Inversión Propia	-296.436					
B	Saldo de Caja	-47.258	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
C	Saldo de Caja Neto SCN (A+B)	-343.694	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
D	SCN Descontado	-277.172	85.536	109.754	123.630	128.565	123.579
E	SCND Acumulado	-277.172	-191.636	-81.883	41.747	170.311	293.891
	Valor Presente Neto	**293.891**					
	Tasa Interna de Retorno	**58,60%**					
	Período de Recuperación	**1,66**					
	Parámetros						
	No tiene parámetros propios pues toda la información es importada de los cuadros anteriores						

5.4 Análisis de Sensibilidad

Objetivo 4: Realizar un análisis de sensibilidad para determinar variables que pongan en riesgo el emprendimiento.

Se basa en la creación de escenarios diferentes al escenario original. Para realizarlo, se seleccionaron un grupo de parámetros (inflacionarios, de ingresos, de mercado, técnicos, laborales, fiscales) bajo el enfoque pesimista como castigo al proyecto, pudiendo de esta manera observar el comportamiento de las variables y su impacto en el mismo.

Parámetros según su naturaleza:

Inflacionarios: La afectación de este parámetro depende de la situación económica a la hora de la puesta en marcha.

De ingresos: Afectan directamente los ingresos por ventas de los servicios.

De mercado: Su afectación puede ocurrir en casa de una caída de la demanda o aumento de la oferta.

Técnicos: Parámetro que afecta a los ingresos, se pueden presentar por una mala estimación en la pérdida por proceso.

Laborales: Parámetro que puede ser afectado por cambios en la legislación laboral.

Fiscales: Parámetro que puede ser afectado por cambios en la legislación tributaria.

Socio-políticos: Parámetro que puede ser afectado por cambios en prestaciones sociales.

5.4.1 Análisis de sensibilidad fase 1.

Para someter el proyecto a este análisis se utilizó un rango de variación mínimo aceptable de 2/3 para cada uno de los parámetros seleccionados sobre el valor original de la TIR del negocio y en función de esto, se determinaron los parámetros que presentaron una variación por debajo del mínimo calificándolos como críticos para el proyecto. Los más afectados fueron:

- Porcentaje de capacidad utilizada al 2do año que con una disminución del 20% sitúa la TIR en 17.6%

- Incremento anual de la capacidad utilizada que con una disminución del 50% sitúa la TIR en 20.13%

Las modificaciones del resto de los parámetros no descendieron la TIR por debajo de 20.95% (2/3 de su valor original) por lo que se considera que no afectan seriamente al proyecto, ver Tabla 10.

Tabla 10. Análisis de sensibilidad fase 1.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 1

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)

Clasificación de los Parámetros	Valor del parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno			
				TIR Promotor	TIR Negocio	TIR Promotor	TIR Negocio
	Original	Modificado		Valores originales		Valores ajustados	
				58,60%	31,43%	39,07%	20,95%
Parámetros inflacionarios				Valores modificados			
1) Tasa de interés anual nominal	24,00%	**48,00%**	100,00%	**44,96%**	**23,74%**	NC	NC
2) Unidad tributaria	127,00	**165,10**	30,00%	**59,87%**	**32,51%**	NC	NC
Parámetros de ingresos							
3) Precio del Lavado	35	**28,00**	-20,00%	**56,93%**	**30,30%**	NC	NC
4) Precio del Corte	150	**120,00**	-20,00%	**53,65%**	**28,09%**	NC	NC
5) Precio del Secado	168	**134,00**	-20,00%	**57,15%**	**30,45%**	NC	NC
6) Precio del Planchado	205	**164,00**	-20,00%	**56,73%**	**30,17%**	NC	NC
7) Precio del Peinado	208	**166,00**	-20,00%	**58,77%**	**31,54%**	NC	NC
8) Precio del Tinte	815	**652,00**	-20,00%	**52,35%**	**27,21%**	NC	NC
9) Precio de las Mechas con gorro	1.150	**920,00**	-20,00%	**57,63%**	**30,77%**	NC	NC
10) Precio de las Mechas dirigidas	1.750	**1.400,00**	-20,00%	**56,37%**	**29,93%**	NC	NC
11) Precio de las Mechas localizadas	1.350	**1.080,00**	-20,00%	**58,03%**	**31,04%**	NC	NC
12) Precio de las Decoloraciones	1.250	**1.000,00**	-20,00%	**58,07%**	**31,07%**	NC	NC
13) Precio de los Alisamientos	1.275	**1.020,00**	-20,00%	**54,26%**	**28,50%**	NC	NC
14) Precio de las Hidrataciones	225	**180,00**	-20,00%	**58,13%**	**31,11%**	NC	NC
15) Precio de la Manicure	150	**120,00**	-20,00%	**55,54%**	**29,36%**	NC	NC
16) Precio de la Pedicure	150	**120,00**	-20,00%	**55,54%**	**29,36%**	NC	NC
17) Precio de la Estética de uñas	500	**400,00**	-20,00%	**55,20%**	**29,13%**	NC	NC
Parámetros de mercado							
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	**48,00%**	-20,00%	**26,75%**	**10,23%**	CRITICO	CRITICO
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	**5,00%**	-50,00%	**41,83%**	**17,60%**	NC	CRITICO
Parámetros técnicos							
20) Pérdida promedio en el proceso	5,00%	**6,50%**	30,00%	**56,46%**	**29,98%**	NC	NC
Parámetros laborales							
21) Días laborables por mes	22,00	**17,60**	-20,00%	**58,72%**	**31,50%**	NC	NC
Parámetros fiscales							
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio	9,00%	**14,40%**	60,00%	**45,83%**	**22,77%**	NC	NC
Parámetros socio-políticos							
23) Porcentaje de prestaciones sociales	92,00%	**138,00%**	50,00%	**58,60%**	**31,43%**	NC	NC

5.4.2 Análisis de sensibilidad fase 2.

En esta fase sólo se tomaron los parámetros que se consideran críticos para el proyecto a los cuales se les estableció un límite máximo de variación a partir del cual el promotor cerraría la empresa. El límite seleccionado es aquel donde la TIR sobre la inversión total llega a cero es decir, sólo se recupera el valor nominal de la inversión. El parámetro que presenta menor variación es decir, que tiene mayor riesgo es la pérdida del porcentaje de la capacidad utilizada al 2do año con 29,10% seguido de la disminución anual de la capacidad utilizada con 89,40% ver Tabla 11.

Tabla 11. Análisis de sensibilidad fase 2.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 2

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)				Tasa Interna de Retorno		
	Valor del parámetro		Rangos de Variación	TIR Promotor	TIR Negocio	Prioridad de Riesgo de los Parámetros
Clasificación de los Parámetros	Original	Modificado		Valores originales		
				58,60%	31,43%	
Parámetros inflacionarios				Valores modificados		
1) Tasa de interés anual nominal						
2) Unidad tributaria						
Parámetros de ingresos						
3) Precio del Lavado						
4) Precio del Corte						
5) Precio del Secado						
6) Precio del Planchado						
7) Precio del Peinado						
8) Precio del Tinte						
9) Precio de las Mechas con gorro						
10) Precio de las Mechas dirigidas						
11) Precio de las Mechas localizadas						
12) Precio de las Decoloraciones						
13) Precio de los Alisamientos						
14) Precio de las Hidrataciones						
15) Precio de la Manicure						
16) Precio de la Pedicure						
17) Precio de la Estética de uñas						
Parámetros de mercado						
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	42,54%	-29,10%	**12,32%**	**0,00%**	**1**
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	1,06%	-89,40%	**21,28%**	**0,00%**	**2**
Parámetros técnicos						
20) Pérdida promedio en el proceso						
Parámetros laborales						
21) Días laborables por mes						
Parámetros fiscales						
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio						
Parámetros socio-políticos						
23) Porcentaje de prestaciones sociales						

5.4.3 Análisis de sensibilidad fase 3.

Este análisis permite determinar cual secuencia de situaciones harían fracasar al proyecto. Para ello se trabajó de forma acumulativa los dos parámetros seleccionados en la fase 2 partiendo desde el más crítico al menos crítico, considerando variaciones reales que pudiesen presentarse eliminando el castigo aplicado en la fase 1. En la Tabla 12. se muestra que aun variando los dos parámetros la TIR se mantiene por encima de la TCC por lo que se puede concluir que la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera del proyecto es totalmente sólida.

Tabla 12. Análisis de sensibilidad fase 3.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 3

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)				Tasa Interna de Retorno		
	Valor del parámetro		Rangos de Variación	TIR Promotor	TIR Negocio	Prioridad de Riesgo de los Parámetros
Clasificación de los Parámetros	Original	Modificado		Valores originales		
				58,60%	31,43%	
Parámetros inflacionarios				Valores modificados		
1) Tasa de interés anual nominal						
2) Unidad tributaria						
Parámetros de ingresos						
3) Precio del Lavado						
4) Precio del Corte						
5) Precio del Secado						
6) Precio del Planchado						
7) Precio del Peinado						
8) Precio del Tinte						
9) Precio de las Mechas con gorro						
10) Precio de las Mechas dirigidas						
11) Precio de las Mechas localizadas						
12) Precio de las Decoloraciones						
13) Precio de los Alisamientos						
14) Precio de las Hidrataciones						
15) Precio de la Manicure						
16) Precio de la Pedicure						
17) Precio de la Estética de uñas						
Parámetros de mercado						
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	**55,80%**	-7,00%	**47,87%**	**24,43%**	**1**
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	**8,50%**	-15,00%	**54,24%**	**27,86%**	**2**
Parámetros técnicos						
20) Pérdida promedio en el proceso						
Parámetros laborales						
21) Días laborables por mes						
Parámetros fiscales						
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio						
Parámetros socio-políticos						
23) Porcentaje de prestaciones sociales						

Capítulo VI

Evaluación del proyecto

Una vez analizado el proyecto de inversión referente a la determinación de factibilidad para la creación de un salón de belleza en la población de Ciudad Piar, se da respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual del mercado en cuanto al servicio ofrecido por los salones de belleza?

Existen hasta la fecha 5 peluquerías ubicadas en distintas zonas de Ciudad Piar las cuales ofrecen servicios diversos desde el lavado de cabello, cortes, secados, peinados y químicos hasta estética de uñas en sólo una de ellas.

Los resultados de la encuesta indican que el 48% de las personas encuestadas valora el servicio como bueno, el 35% lo considera excelente y el 17% regular; adicionalmente el 61% probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente, mientras que el 39% restante indica que no lo haría.

Los atributos más importantes que el usuario toma en cuenta a la hora de asistir a la peluquería son la higiene con el 23% seguido de la calidad del servicio con 22% y personal calificado con 19%.

Considerando los resultados de la encuesta aplicada en el estudio de mercado y las conversaciones sostenidas con clientes y estilistas de algunas peluquerías se concluye que la demanda de este tipo de servicios se considera de media a alta lo que representa un mercado potencial para los promotores del proyecto.

El salón de belleza estará ubicado en la calle principal del Campo A – 2 de Ciudad Piar por la cual circulan transportes públicos y privados, por lo tanto la estratégica

localización dota al solón de una ventaja comparativa que no tienen sus competidores. Adicionalmente la incorporación de dos manicuristas le otorga una ventaja competitiva ya que sólo una de las cinco peluquerías presta este servicio.

¿Cuáles son los elementos técnicos - operativos para la instalación del salón de belleza?

Las capacidades instalada y utilizada previstas (100% y 60% con un incremento anual del 10% alcanzando en el sexto año la capacidad instalada) según el horario establecido de 1 turno diario de 8 horas, 22 días al mes, con un horario comprendido de 8:00am - 12:00pm y de 2:00pm a 6:00pm de lunes a sábado durante los 12 meses del año, permitirán atender sin necesidad de incurrir en nuevos gastos de inversión cualquier incremento inesperado de la demanda de mercado.

¿Cuál será la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar?

A través del estudio económico - financiero se determinó que el monto total de la inversión requerida es de 543.589 Bs. de los cuales 296.436 Bs. son aportados por el promotor del proyecto y 247.153 Bs. por una entidad bancaria.

La nómina programada abarca un total de 8 personas entre las categorías de empleados comunes y trabajadores especializados la cual representa una pequeña contribución para disminuir el desempleo en la zona.

La utilidad neta varía desde 44.464 Bs. en el segundo año donde comienza la producción hasta 454.083 Bs. en el sexto año de proyección. Este crecimiento confirma el incremento del 10% anual en la producción de cada uno de los servicios ofrecidos y garantiza el buen desempeño del flujo de caja del proyecto.

El punto de equilibrio promedio es de 65.62% lo que garantiza resultados positivos contables en caso de presentarse inconvenientes con la producción de servicios.

El Valor Presente Neto de la rentabilidad del negocio es de 94.574 Bs. y del promotor 293.891 Bs. ambos calculados con una tasa de costo de capital de 24%. La tasa interna de retorno del negocio se sitúa en 31.43% y la del promotor en 58.60% lo que confirma la capacidad financiera que tiene el negocio para recuperar el capital invertido es decir, la factibilidad económica y financiera del proyecto es totalmente sólida.

¿Cuáles parámetros pueden afectar negativamente el proyecto?
En el análisis de sensibilidad se seleccionaron un grupo de parámetros (inflacionarios, de ingresos, de mercado, técnicos, laborales, fiscales) bajo el enfoque pesimista como castigo al proyecto.
Los parámetros que resultaron críticos en su primera fase fueron:
- Porcentaje de capacidad utilizada al 2do año que con una disminución del 20% sitúa la TIR en 17.6%
- Incremento anual de la capacidad utilizada que con una disminución del 50% sitúa la TIR en 20.13%

La segunda fase del análisis de sensibilidad arrojó como resultado que el parámetro que tiene mayor riesgo es la pérdida del porcentaje de la capacidad utilizada al 2do año con 29,10% seguido de la disminución anual de la capacidad utilizada con 89,40%.

La tercera y última fase muestra que aún variando los dos parámetros, la TIR se mantiene por encima de la TCC es decir, el grado de variación de los parámetros más sensibles de la empresa no presenta un mayor riesgo para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

Finalmente el cumplimiento de los objetivos específicos descritos permitió el logro del objetivo general:

"Determinar la factibilidad para la creación de un Salón de Belleza que cumpla con las necesidades de la población de Ciudad Piar".

Todo ello permite concluir que el estudio presenta factibilidad de mercado, técnica y económico-financiera por lo que se recomienda su puesta en marcha tomando en consideración los siguientes aspectos:

- Para garantizar la captación de mercado estimado se recomienda contratar personal calificado, con calidad e higiene, siendo vanguardista de la moda.
- Utilizar un buzón de sugerencias para recibir cualquier comentario de los clientes y de esta manera poder asegurar la calidad del servicio prestado y la satisfacción de los mismos.
- Promocionar el salón de belleza utilizando redes sociales, medios impresos, audiovisuales y creando noches de modelaje para mostrar los trabajos realizados en el salón.
- Establecer mecanismos de seguimiento y control conjuntamente con planes de acción a fin de detectar y tratar cualquier desviación en lo planificado haciendo énfasis en el porcentaje de capacidad utilizada al 2do año y en el incremento anual de la misma.

Referencias Bibliográficas

ACNielsen. (2004). Mercados en crecimiento alrededor del mundo. Recuperado de http://cl.nielsen.com/press/documents/CuidadoPersonal.pdf

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación.* (5ta ed.). Caracas: Editorial Episteme.

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta ed.).Méjico. McGraw Hill.

Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación.* Caracas: Consultores y Asociados BL.

Barrios, M. C. (9 de Febrero de 2014). Cerraron peluquerías y Spa por no poseer permisos sanitarios. *El Periodiquito* .

Blanco, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos* (8va ed.). Caracas: Editorial texto C.A.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 5.253 (Extraordinario), marzo 24 del 2000.

Código de comercio. (1955). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 475 (Extraordinaria), diciembre 21 de 1955.

Consultora Dirige Asesoría. (2007). *Estudio de mercado del salón de Belleza R y R.* Santiago - Chile. Recuperado de http://www.dirige.cl/index.php?option=com_remository&Itemid=31&func=fileinfo&id=2

Díaz, J. (2012). *Venezuela en la memoria*: *Flota de la CAVN "Cerro Bolívar" (1978-1994).* Recuperado de http://venezuelaoctavaisla.wordpress.com/tag/ciudad-piar/

Espitia, P. (2012). *Mechas: Guía de peluquería.* Bogotá Colombia: Best Sellers S.A.S.

Eyou. (2008). *Historia de la peluquería.* Recuperado de http://www.eyou.es/es/cms/historiapeluqueria

Farnetano, M. (2009). *Estudio de factibilidad técnico económico para la instalación de una planta de manufactura de cerveza en el Estado Aragua.* (Tesis de especialista) AAQ6432. Recuperada de http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ6432.pdf

Fernández, P (2010). *Determinación del tamaño muestral.* España. Recuperada de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras/9muestras2.asp

Fowler, G. (2009). *Peluquería.* Madrid: Paraninfo.

García, G. (2009). *Estudio de factibilidad de exportación de granadilla al mercado Alemán.* (Maestría en comercio y negociación internacional). Quito – Ecuador.

Goxens, A. (2007). *Enciclopedia práctica de la contabilidad.* España: Océano-Centrum.

Guzmán, J. L. (25 de Septiembre de 2008). El 70% de los salones de belleza no cumplen normas. *El País.*

Instituto Nacional de Estadítica. (13 de Enero de 2014). *Instituto nacional de Estadítica.* Obtenido de http://www.redatam.ine.gob.ve/Censo2011/index.html

Jiménez y Marimon. (2009). *Estudio de factibilidad para determinar la viabilidad financiera de la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en la isla de tierra bomba.* (Tesis de especialista), Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias.

Najul, M. (2006). *Valoración de proyectos.* Caracas: IESA.

Normas mediante las cuales se crean los requisitos arquitectónicos para los establecimientos de Salud Estética Humana. (2001). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 37.144 (Oficial), febrero 20 del 2001.

Normas para la regulación y el control del funcionamiento de los establecimientos de estética humana. (2013). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 40.287 (Oficial), noviembre 05 del 2013.

Ley Orgánica del trabajo, de los Trabajadores y Trabajadoras. (2012). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 6.076 (Extraordinario), mayo 7 del 2012.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. (2012). *Gaceta oficial de la República de Venezuela,* 38.236 (Oficial), julio 26 del 2005.

Palella, S y Martins, F. (2004). *Metodología de la investigación cuantitativa.* Caracas: FEDUPEL.

Palacios, L. (2005). *Gerencia de proyectos un enfoque latino.* Caracas. UCAB

PMI. (2006). Código de conducta de PMI. Recuperado de http://www.pmi.com/eng/about_us/how_we_operate/compliance/documents/es_ar_pmi_code_of_conduct.pdf

PMI. (2013). *Project Management Book of Knowledge [Guía de Fundamentos para la dirección de Proyectos].*(5ta ed.). Pennsylvania: Project Management Institute.

Ramírez, I. (2005) *Estudio de factibilidad económica y financiera de la instalación y puesta en marcha de una institución de microfinanzas.* (Tesis de especialista) AAQ4466. Recuperada de http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ4466.pdf

Soto, E. 2009. *Estudio de factibilidad económica y financiera para la creación de un restaurante de comida Sushi – Thai con ambiente "Premium" en el Municipio El Hatillo Estado Miranda.* (Tesis de especialista) AAR7531. Recuperada de http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7531.pdf

Universidad Católica Andrés Bello. (2011). *Código de ética y conducta profesional.* Caracas. Recuperado de http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/promocion/Codigo%20Etica%20y%20Conducta%20Dir%20Promocion.pdf

Anexo 2.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Puerto Ordaz, 21 de marzo de 2014

Profesora:

Maritza Farrera

Presente.

Me dirijo a usted muy respetuosamente, en la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración en el sentido de servir como experto en la **validación** de la encuesta anexa a esta comunicación, relacionada con el trabajo de grado titulado (Trabajo Especial de Grado): **DETERMINACION DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE BELLEZA DE LA POBLACION DE CIUDAD PIAR.**

Le agradezco sus aportes y opinión en el presente instrumento, que fue estructurado para determinar las necesidades del mercado potencial, correspondiente al primer objetivo específico de la investigación, considerando su importancia en la calidad del levantamiento de la información adecuada para la investigación que adelanto.

Atentamente

_____

Vanessa Berdayes López

Estudiante de la Especialización en Gerencia de Proyectos

FORMATO DE EVALUACIÓN, SEGÚN CRITERIOS, DE DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA

PREGUNTAS	PERTINENCIA					REDACCIÓN					ADECUACIÓN				
	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D
1 ¿Usted asiste a la peluquería?		X					X					X			
2 ¿A cuál sexo pertenece usted?		X					X					X			
3 ¿Con qué frecuencia usted va a la peluquería?		X					X					X			
4 ¿Probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente?		X					X					X			
5 ¿Con cuáles servicios le gustaría contar en la peluquería?		X					X					X			
6 ¿Cuánto gasta mensualmente en promedio al ir a la peluquería?		X					X					X			
7 ¿Usted actualmente es?		X					X					X			
8 Seleccione 3 atributos que tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería.			X				X						X		

E-Excelente MB-Muy Bueno R-Regular D-Deficiente

FORMATO DE EVALUACIÓN, SEGÚN CRITERIOS, DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA

PREGUNTAS	PERTINENCIA					REDACCIÓN					ADECUACIÓN				
	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D
9 ¿Cómo valora el servicio prestado en la peluquería a la cual asiste?		X					X					X			
10 ¿Cuánto tiempo permaneces en la peluquería?		X					X					X			
11 ¿En qué horario regularmente asiste a la peluquería?		X					X					X			
12 ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación de un nuevo salón de belleza en Ciudad Piar?		X					X					X			
13 ¿Donde preferiría la ubicación de este salón de belleza?		X					X					X			
14 ¿Visitaría usted el nuevo salón de belleza?		X					X					X			
15 ¿Recomendaría este nuevo servicio a sus conocidos?		X					X					X			
16 ¿En cuál localidad usted vive?		X					X					X			

E-Excelente MB-Muy Bueno R-Regular D-Deficiente

OBSERVACIONES - SUGERENCIAS
LA PREGUNTA 8. Seleccione 3 atributos que tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería. LE AGRAGARIA, UBICACIÓN Y ESTACIONAMIENTO. LA NUMERO 7, LE AGREGARIA "OTRA"

Fecha de la validación: 02-04-2014

Apellidos y nombres del validador: Farrera, Maritza

Firma del validador: Validación Electrónica por correo electrónico

Puerto Ordaz, 21 de marzo de 2014

Profesor:

Gustavo Roa

Presente.

Me dirijo a usted muy respetuosamente, en la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración en el sentido de servir como experto en la **validación** de la encuesta anexa a esta comunicación, relacionada con el trabajo de grado titulado (Trabajo Especial de Grado): **DETERMINACION DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE BELLEZA DE LA POBLACION DE CIUDAD PIAR.**

Le agradezco sus aportes y opinión en el presente instrumento, que fue estructurado para determinar las necesidades del mercado potencial, correspondiente al primer objetivo específico de la investigación, considerando su importancia en la calidad del levantamiento de la información adecuada para la investigación que adelanto.

Atentamente

_____

Vanessa Berdayes López

Estudiante de la Especialización en Gerencia de Proyectos

FORMATO DE EVALUACIÓN, SEGÚN CRITERIOS, DE DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA

PREGUNTAS	PERTINENCIA					REDACCIÓN					ADECUACIÓN				
	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D
1 ¿Usted asiste a la peluquería?	X														
2 ¿A cuál sexo pertenece usted?		X													
3 ¿Con qué frecuencia usted va a la peluquería?		X													
4 ¿Probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente?	X														
5 ¿Con cuáles servicios le gustaría contar en la peluquería?	X														
6 ¿Cuánto gasta mensualmente en promedio al ir a la peluquería?		X													
7 ¿Usted actualmente es?		X													
8 Seleccione 3 atributos que tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería.		X													

E-Excelente MB-Muy Bueno R-Regular D-Deficiente

FORMATO DE EVALUACIÓN, SEGÚN CRITERIOS, DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA

PREGUNTAS	PERTINENCIA					REDACCIÓN					ADECUACIÓN				
	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D	E	MB	B	R	D
9 ¿Cómo valora el servicio prestado en la peluquería a la cual asiste?	X														
10 ¿Cuánto tiempo permaneces en la peluquería?		X													
11 ¿En qué horario regularmente asiste a la peluquería?		X													
12 ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación de un nuevo salón de belleza en Ciudad Piar?		X													
13 ¿Donde preferiría la ubicación de este salón de belleza?		X													
14 ¿Visitaría usted el nuevo salón de belleza?	X														
15 ¿Recomendaría este nuevo servicio a sus conocidos?		X													
16 ¿En cuál localidad usted vive?		X													

E-Excelente MB-Muy Bueno R-Regular D-Deficiente

OBSERVACIONES - SUGERENCIAS

Fecha de la validación: 25/03/14.

Apellidos y nombres del validador: Roa, Gustavo.

Firma del validador: Validación Electrónica por correo electrónico.

Anexo 3.

ENTREVISTA

ENTREVISTA A SER APLICADA A POTENCIALES CLIENTES, EN FUNCIÓN DEL PRIMER OBJETIVO DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA DE LA POBLACIÓN DE CIUDAD PIAR.

Formato de recopilación de datos en Entrevistas

Estimado usuario, agradezco su colaboración al tomarse unos minutos para contestar esta encuesta. Responda las preguntas marcando con una (X) la respuesta que mejor se ajusta a la realidad. Cabe destacar que esta encuesta es anónima y confidencial.

1. ¿Usted asiste a la peluquería?

SI	
NO	

2. ¿A cuál sexo pertenece usted?

Femenino	
Masculino	

3. ¿Con qué frecuencia usted va a la peluquería?

Una o dos veces a la semana	
Una vez cada quince días	
Una vez al mes	
Una vez cada mes y medio	
Una vez cada dos meses o más	

4. ¿Probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente?

SI	
NO	

5. ¿Con cuáles servicios le gustaría contar en la peluquería?

Corte de Cabello	
Secado de cabello	
Peinados	
Químicos	
Arreglo de barba	
Arreglo de manos	
Arreglo de pies	

6. ¿Cuánto gasta mensualmente en promedio al ir a la peluquería?

Entre 0 y 500 bolívares	
Entre 500 y 1000 bolívares	
Entre 1500 y 2000 bolívares	
Más de 2000 bolívares	

7. ¿Usted actualmente es?

Estudiante	
Empleado de alguna empresa	
Ama de casa	
Comerciante	
Ninguna de las anteriores	

8. Seleccione 3 atributos que tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería.

Infraestructura	
Personal calificado	
Precio	
Calidad	
Higiene	

9. ¿Cómo valora el servicio prestado en la peluquería a la cual asiste?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Deficiente	

10. ¿Cuánto tiempo permaneces en la peluquería?

Media hora o menos	
Entre media hora y una hora	
Entre una y dos horas	
Más de dos horas	

11. ¿En qué horario regularmente asiste a la peluquería?

De 8 am. a 10 am.	
De 10 am. a 12 pm.	
De 12 pm. a 2 pm.	
De 2 pm. a 4 pm.	
De 4 pm. a 6 pm.	
De 6 pm. a 8 pm.	

12. ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación de un nuevo salón de belleza en Ciudad Piar?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Pésimo	

13. ¿Donde preferiría la ubicación de este salón de belleza?

Mercado Municipal	
Centro Cívico	
Campo A-1	
Campo A-2	

14. ¿Visitaría usted el nuevo salón de belleza?

SI	
NO	

15. ¿Recomendaría este nuevo servicio a sus conocidos?

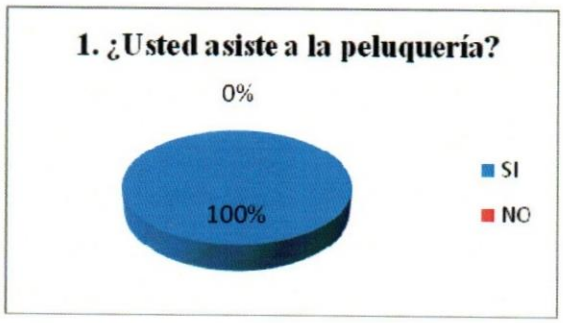
SI	
NO	

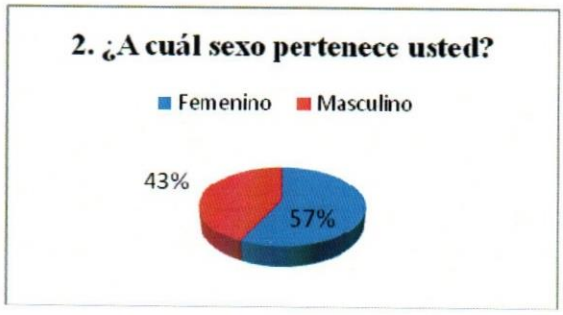
16. ¿En cuál localidad usted vive?

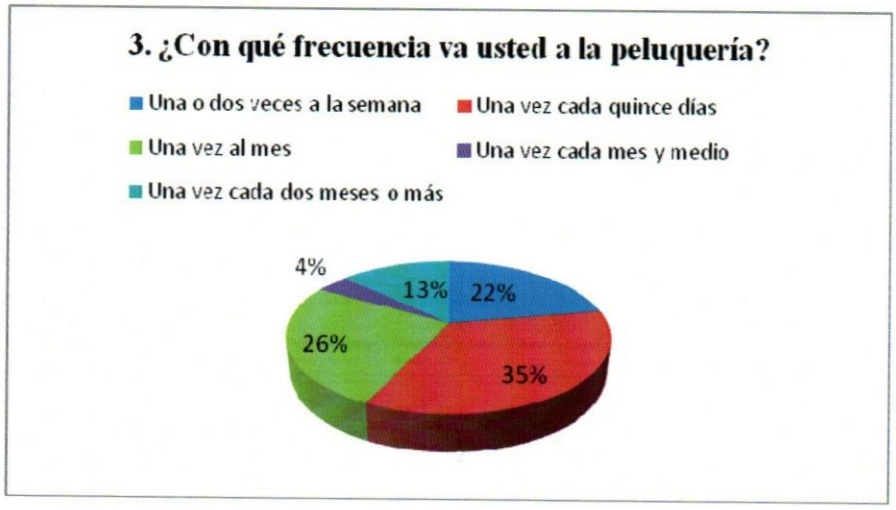
Ciudad Piar	
Tocomita	
Santa Bárbara	
San Francisco	
Santa Rosa	

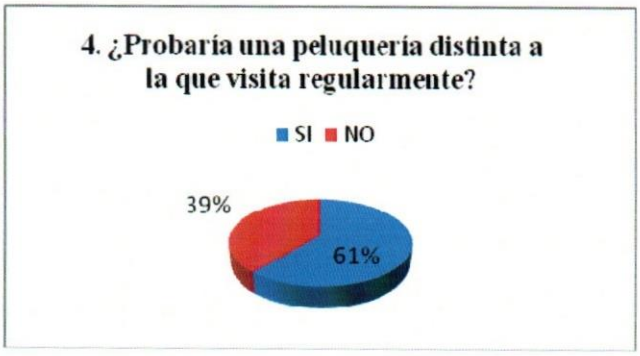
Anexo 4.

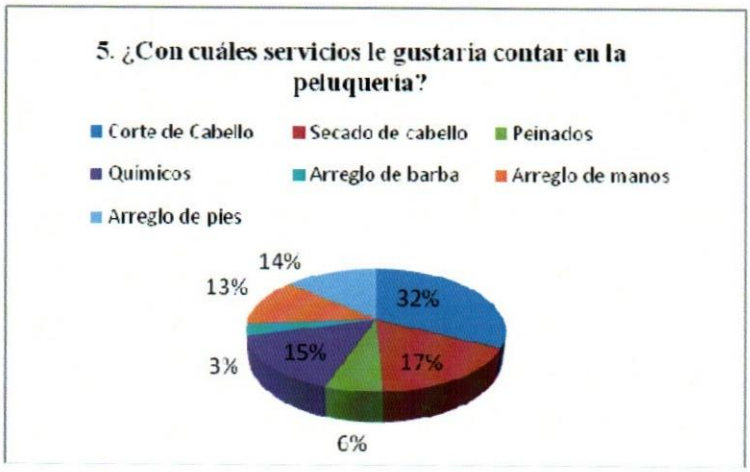
RESULTADOS DE LA ENCUESTA

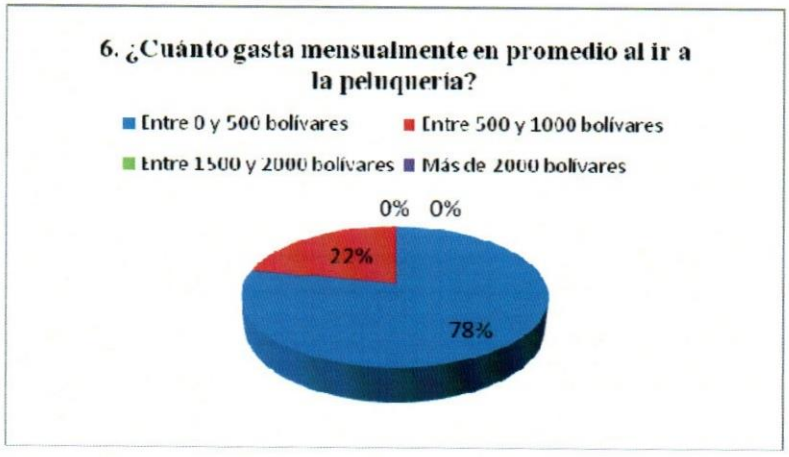

1. ¿Usted asiste a la peluquería?
0%
100%
SI
NO

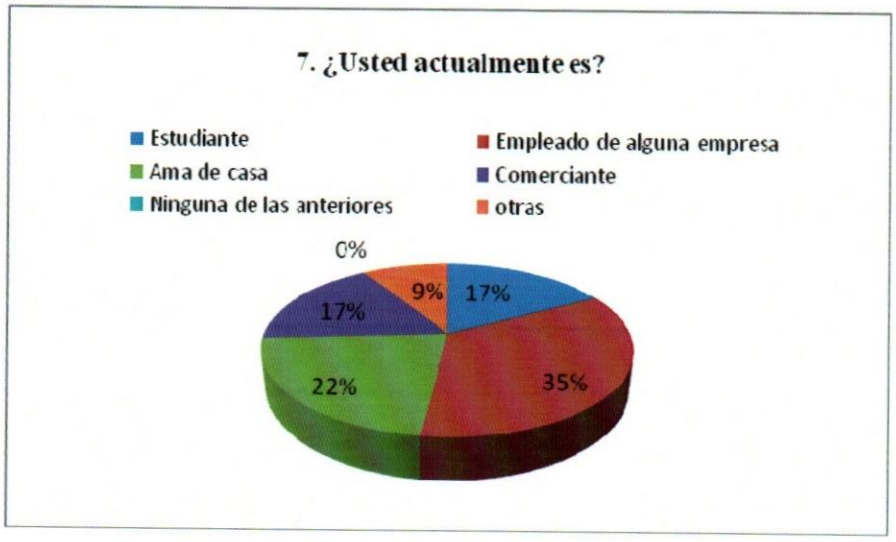

2. ¿A cuál sexo pertenece usted?
Femenino
Masculino
43%
57%

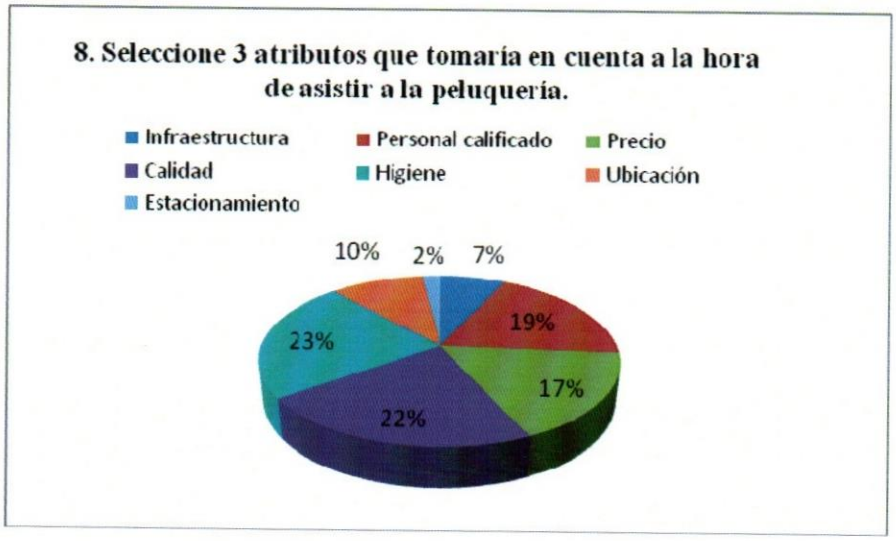

3. ¿Con qué frecuencia va usted a la peluquería?
Una o dos veces a la semana
Una vez cada quince días
Una vez al mes
Una vez cada mes y medio
Una vez cada dos meses o más
4%
13%
22%
26%
35%

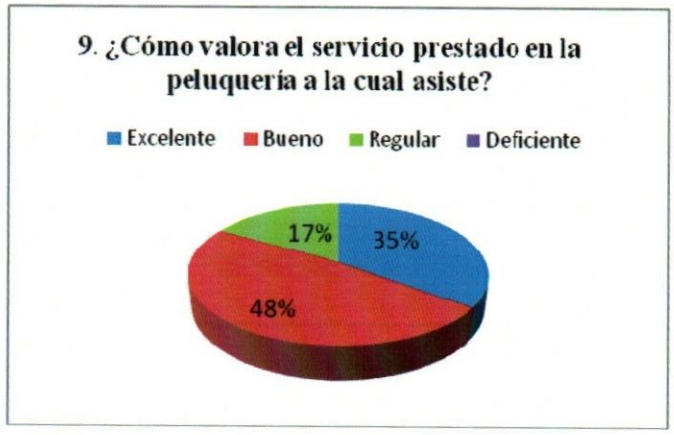

4. ¿Probaría una peluquería distinta a la que visita regularmente?
SI
NO
39%
61%


5. ¿Con cuáles servicios le gustaría contar en la peluquería?
Corte de Cabello
Secado de cabello
Peinados
Químicos
Arreglo de barba
Arreglo de manos
Arreglo de pies
14%
13%
32%
3%
15%
17%
6%

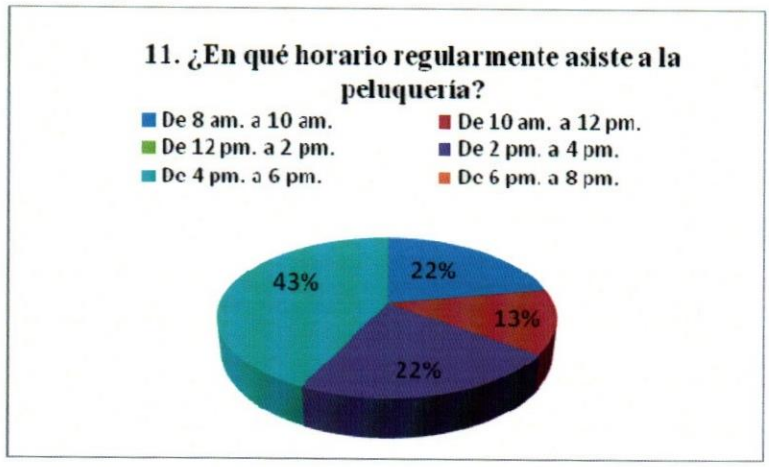

6. ¿Cuánto gasta mensualmente en promedio al ir a la peluquería?
Entre 0 y 500 bolívares
Entre 500 y 1000 bolívares
Entre 1500 y 2000 bolívares
Más de 2000 bolívares
0%
0%
22%
78%


7. ¿Usted actualmente es?
Estudiante
Empleado de alguna empresa
Ama de casa
Comerciante
Ninguna de las anteriores
otras
0%
9%
17%
17%
22%
35%


8. Seleccione 3 atributos que tomaría en cuenta a la hora de asistir a la peluquería.
Infraestructura
Personal calificado
Precio
Calidad
Higiene
Ubicación
Estacionamiento
10%
2%
7%
19%
23%
17%
22%


9. ¿Cómo valora el servicio prestado en la peluquería a la cual asiste?
Excelente
Bueno
Regular
Deficiente
17%
35%
48%

10. ¿Cuánto tiempo permaneces en la peluquería?
Media hora o menos
Entre media hora y una hora
Entre una y dos horas
Más de dos horas
35%
35%
26%

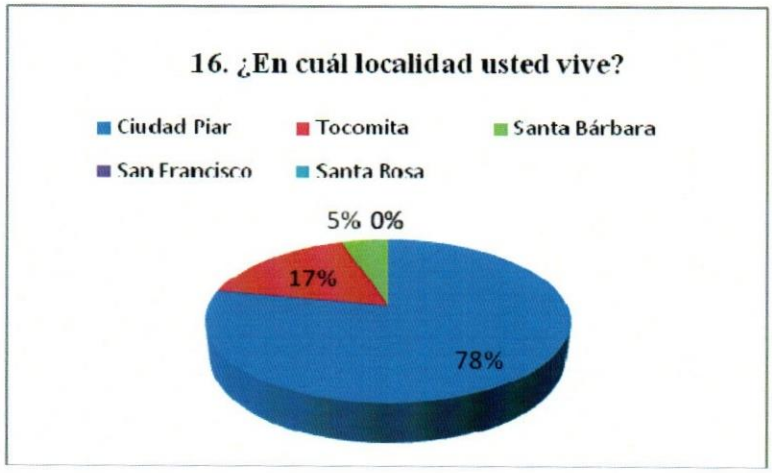

11. ¿En qué horario regularmente asiste a la peluquería?
De 8 am. a 10 am.
De 10 am. a 12 pm.
De 12 pm. a 2 pm.
De 2 pm. a 4 pm.
De 4 pm. a 6 pm.
De 6 pm. a 8 pm.
43%
22%
13%
22%

12. ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación de un nuevo salón de belleza en Ciudad Piar?
Excelente
Bueno
Regular
Pésimo
9%
13%
17%
61%

13. ¿Dónde preferiría la ubicación de este salón de belleza?
Mercado Municipal
Centro Cívico
Campo A-1
Campo A-2
13%
20%
61%
0%

14. ¿Visitaría usted el nuevo salón de belleza?
SI
NO
17%
83%

15. ¿Recomendaría este nuevo servicio a sus conocidos?
SI
NO
17%
83%


16. ¿En cuál localidad usted vive?
Ciudad Piar
Tocomita
Santa Bárbara
San Francisco
Santa Rosa
5%
0%
17%
78%

Anexo 5.

RESULTADOS DEL ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

Capacidad instalada y utilizada.

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

(Expresado en cantidad de servicios)

		FASE 1	FASE 2				
	Base de Cálculos	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN							
Capacidad instalada							
Lavado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Lavado (servicios por mes)	280		280	280	280	280	280
Lavado (servicios por año)	2160		2.160	2.160	2.160	2.160	2.160
Corte (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Corte (servicios por mes)	240		240	240	240	240	240
Corte (servicios por año)	2.880		2.880	2.880	2.880	2.880	2.880
Secado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Secado (servicios por mes)	75		75	75	75	75	75
Secado (servicios por año)	900		900	900	900	900	900
Planchado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Planchado (servicios por mes)	75		75	75	75	75	75
Planchado (servicios por año)	900		900	900	900	900	900
Peinado (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Peinado (servicios por mes)	6		6	6	6	6	6
Peinado (servicios por año)	72		72	72	72	72	72
Tinte (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Tinte (servicios por mes)	54		54	54	54	54	54
Tinte (servicios por año)	648		648	648	648	648	648
Mechas con gorro (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas con gorro (servicios por mes)	6		6	6	6	6	6
Mechas con gorro (servicios por año)	72		72	72	72	72	72
Mechas dirigidas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas dirigidas (servicios por mes)	9		9	9	9	9	9
Mechas dirigidas (servicios por año)	108		108	108	108	108	108
Mechas localizadas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mechas localizadas (servicios por mes)	3		3	3	3	3	3
Mechas localizadas (servicios por año)	36		36	36	36	36	36
Decoloraciones (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Decoloraciones (servicios por mes)	3		3	3	3	3	3
Decoloraciones (servicios por año)	36		36	36	36	36	36
Alisamientos (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Alisamientos (servicios por mes)	24		24	24	24	24	24
Alisamientos (servicios por año)	288		288	288	288	288	288
Hidrataciones (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Hidrataciones (servicios por mes)	15		15	15	15	15	15
Hidrataciones (servicios por año)	180		180	180	180	180	180
Manicure (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Manicure (servicios por mes)	144		144	144	144	144	144
Manicure (servicios por año)	1.728		1.728	1.728	1.728	1.728	1.728
Pedicure (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Pedicure (servicios por mes)	144		144	144	144	144	144
Pedicure (servicios por año)	1728		1.728	1.728	1.728	1.728	1.728
Estética de uñas (porcentaje)	100,00%		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Estética de uñas (servicios por mes)	48		48	48	48	48	48
Estética de uñas (servicios por año)	576		576	576	576	576	576

Capacidad instalada y utilizada. (Cont...)

Capacidad utilizada							
Lavado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Lavado (servicios por mes)			168	196	224	252	280
Lavado (servicios por año)			1.296	1.512	1.728	1.944	2.160
Pérdida en el servicio	5,00%		-64,8	-75,6	-86,4	-97,2	-108
Corte (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Corte (servicios por mes)			144	168	192	216	240
Corte (servicios por año)			1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Secado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Secado (servicios por mes)			45	53	60	68	75
Secado (servicios por año)			540	630	720	810	900
Planchado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Planchado (servicios por mes)			45	53	60	68	75
Planchado (servicios por año)			540	630	720	810	900
Peinado (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Peinado (servicios por mes)			4	4	5	5	6
Peinado (servicios por año)			43	50	58	65	72
Pérdida en el servicio	5,00%		-2,16	-2,52	-2,88	-3,24	-3,6
Tinte (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Tinte (servicios por mes)			32	38	43	49	54
Tinte (servicios por año)			389	454	518	583	648
Pérdida en el servicio	5,00%		-19,44	-22,68	-25,92	-29,16	-32,4
Mechas con gorro (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas con gorro (servicios por mes)			4	4	5	5	6
Mechas con gorro (servicios por año)			43	50	58	65	72
Pérdida en el servicio	5,00%		-2,16	-2,52	-2,88	-3,24	-3,6
Mechas dirigidas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas dirigidas (servicios por mes)			5	6	7	8	9
Mechas dirigidas (servicios por año)			65	76	86	97	108
Pérdida en el servicio	5,00%		-3,24	-3,78	-4,32	-4,86	-5,4
Mechas localizadas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Mechas localizadas (servicios por mes)			2	2	2	3	3
Mechas localizadas (servicios por año)			22	25	29	32	36
Pérdida en el servicio	5,00%		-1,08	-1,26	-1,44	-1,62	-1,8
Decoloraciones (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Decoloraciones (servicios por mes)			2	2	2	3	3
Decoloraciones (servicios por año)			22	25	29	32	36
Pérdida en el servicio	5,00%		-1,08	-1,26	-1,44	-1,62	-1,8
Alisamientos (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Alisamientos (servicios por mes)			14	17	19	22	24
Alisamientos (servicios por año)			173	202	230	259	288
Pérdida en el servicio	5,00%		-8,64	-10,08	-11,52	-12,96	-14,4
Hidrataciones (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Hidrataciones (servicios por mes)			9	11	12	14	15
Hidrataciones (servicios por año)			108	126	144	162	180
Pérdida en el servicio	5,00%		-5,4	-6,3	-7,2	-8,1	-9
Manicure (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Manicure (servicios por mes)			86	101	115	130	144
Manicure (servicios por año)			1.037	1.210	1.382	1.555	1.728
Pérdida en el servicio	5,00%		-51,84	-60,48	-69,12	-77,76	-86,4
Pedicure (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Pedicure (servicios por mes)			86	101	115	130	144
Pedicure (servicios por año)			1.037	1.210	1.382	1.555	1.728
Pérdida en el servicio	5,00%		-51,84	-60,48	-69,12	-77,76	-86,4
Estética de uñas (porcentaje)	60,00%		60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Estética de uñas (servicios por mes)			29	34	38	43	48
Estética de uñas (servicios por año)			346	403	461	518	576
Pérdida en el servicio	5,00%		-17,28	-20,16	-23,04	-25,92	-28,8

Capacidad instalada y utilizada. (Cont...)

	Capacidad utilizada neta Lavado			1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
	Capacidad utilizada neta Corte			1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
	Capacidad utilizada neta Secado			540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Planchado			540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Peinado			41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Tinte			369	431	492	554	616
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro			41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas			62	72	82	92	103
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas			21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones			21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Alisamientos			164	192	219	246	274
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones			103	120	137	154	171
	Capacidad utilizada neta Manicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Pedicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas			328	383	438	492	547
	Produccion Total			7.158	8.351	9.544	10.737	11.930

OP	Parámetros		
Tec	Porcentaje de cap. Instalada por año	100,00%	de la capacidad total del servicio prestado
Tec	Capacidad instalada por servicio Lavado	2.160	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Corte	2.880	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Secado	900	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Planchado	900	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Peinado	72	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Tinte	648	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas con gorro	72	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas dirigidas	108	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Mechas localizadas	36	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Decoloraciones	36	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Alisamientos	288	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Hidrataciones	180	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Manicure	1.728	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Pedicure	1.728	servicio por año
Tec	Capacidad instalada por servicio Estética de uñas	576	servicio por año
Tec	Porcentaje de cap. utilizada 2do. año	60,00%	de la capacidad instalada
Tec	Incremento anual de la cap. utilizada	10,00%	de incremento anual
Tec	Pérdida promedio en el proceso	5,00%	de pérdida por servicio
Tec	Turnos de trabajo diario	1	turno de trabajo por día
Tec	Días laborables por mes	22	días laborables por mes
Tec	Meses por año	12	meses por año
Tec	Días laborables por año	264	días laborables por año

Maquinaria y equipos.

DATOS DEL PROYECTO

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Expresado en Bolivares Fuertes

	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total	Costo Traslado	Costo Total
Equipos auxiliares						
Lavadora / Secadora	C/U	1	65000	65000	975	65975
Aire acondicionado 60000 BTU	C/U	1	115000	115000	1725	116725
Aire acondicionado 24000 BTU	C/U	1	45000	45000	675	45675
Calentador de agua	C/U	1	3500	3500	52,5	3552,5
Protector eléctrico integral	C/U	1	15000	15000	225	15225
Costo de los equipos auxiliares						**247152,5**
Mobiliario y equipo de oficina						
Silla de peluquería África	C/U	3	10000	30000	450	30450
Silla de peluquería para niños	C/U	1	4000	4000	60	4060
Silla para manicurista	C/U	2	3000	6000	90	6090
Mesa minicure italia	C/U	2	6000	12000	180	12180
Silla manicurista Ray	C/U	2	2000	4000	60	4060
Sillas de espera tandem	C/U	1	12000	12000	180	12180
Climazon	C/U	1	50000	50000	750	50750
Esterilizador de cepillos	C/U	1	4500	4500	67,5	4567,5
Peinadoras Rave	C/U	3	11000	33000	495	33495
Carrito ayudante Sigma	C/U	3	3000	9000	135	9135
Lavacabezas	C/U	2	8000	16000	240	16240
Recepcion espiral	C/U	1	26000	26000	390	26390
Maquina Registradora	C/U	1	36000	36000	540	36540
Toallas	C/U	20	70	1400	21	1421
Costo equipos y mobiliario						**247558,5**
Costo Total						**494711**

OP	**Parámetros**	
Tec	Costo de Traslado al local	1,50%

Estudios y proyectos.

ESTUDIOS Y PROYECTOS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
	Estudio de factibilidad				
	Estudio de mercado	Estudio	1	20.956,25	20.956,25
	Estudio técnico	Estudio	1	10.478,13	10.478,13
	Estudio económico - financiero	Estudio	1	10.478,13	10.478,13
	Costo del estudio de factibilidad				**41.912,50**
OP	**Parámetros**				
AdS	Inflación estimada de los activos domésticos	0,00%			

Inversión total.

INVERSIÓN TOTAL

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		FASE 1 - PRIMER AÑO		
		Inversión realizada		
		Aporte Propio	Aporte de Terceros	Inversión Total
	Activos Fijos			
	Obras civiles (Local)			0
	Equipo auxiliar		247.153	247.153
	Mob. y equipo de oficina	247.559		247.559
A	**Total Activos Fijos**	**247.559**	**247.153**	**494.711**
	Otros Activos			
	Costo financiero del crédito	48.042		48.042
	Instalación y montaje	4.943		4.943
	Estudio de factibilidad	41.913		41.913
	Imprevistos y varios	1.238		1.238
B	**Total Otros Activos**	**96.135**		**96.135**
C	**TOTAL ACTIVOS (A+B)**	**343.694**	**247.153**	**590.846**
	Capital de Trabajo			
	Rezago entre ingresos y egresos	-47.258		-47.258
D	**Total Capital de Trabajo**	**-47.258**	**0**	**-47.258**
E	**INVERSION TOTAL (C+D)**	**296.436**	**247.153**	**543.589**
F	**Distribución porcentual**	54,53%	45,47%	100,00%

OP	**Parámetros**		
Tec	Meses por año	12	
Tec	Costo de Instalación y montaje	2,0%	
Efi	Costo de imprevistos y varios	0,50%	
AdS	Inflacion estimada de los activos domésticos		0,00%

Depreciación y amortización.

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Valor de los Activos	Años de Dep/Am	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
Depreciación								
Obras civiles (Local)	0	50		0	0	0	0	0
Equipo auxiliar	247.153	10		24.715	24.715	24.715	24.715	24.715
Mob. y equipo de oficina	247.559	6		41.260	41.260	41.260	41.260	41.260
Total Depreciación	**494.711**			**65.975**	**65.975**	**65.975**	**65.975**	**65.975**
Amortización								
Costo financiero del crédito	48.042	5		9.608	9.608	9.608	9.608	9.608
Instalación y montaje	4.943	2		2.472	2.472	2.472	2.472	2.472
Estudio de factibilidad	41.913	5		8.383	8.383	8.383	8.383	
Imprevistos y varios	1.238	2		619	619	619		
Total Amortización	**96.135**			**21.081**	**21.081**	**21.081**	**20.462**	**12.080**
TOTAL DEPREC. Y AMORTIZACIÓN	**590.846**			**87.056**	**87.056**	**87.056**	**86.437**	**78.055**

OP	Parámetros		
Efi	Método de calculo utilizado	Línea recta	
Efi	Valor de salvamento	Ninguno	
Efi	Años de depreciación	Rango D6:D8 del cuadro	
Efi	Años de amortización	Rango D11:D14 del cuadro	

Financiamiento de terceros.

FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 1: ADECUACIÓN E INSTALACIÓN DEL SALÓN - PERÍODO DE RECEPCIÓN DEL CRÉDITO

	Desembolsos del Banco		Saldo de la Cuenta Capital		Costo Financiero del Crédito		
					Costo por Comisiones		
Semestre	Porcentaje Semestral	Montos Entregados	Balance Inicial	Balance Final	Apertura	Compromiso	Costo por Intereses
1	55,00%	135.934	0	135.934	2.039	834	15.436
2	45,00%	111.219	135.934	247.153	1.668	0	28.065
Totales	100,00%	247.153			3.707	834	43.501
					Costo Financiero del Crédito		48.042

FASE 2: OPERACIÓN DE LA PLANTA - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

		Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Semestrales de Amortización			
Semestre		Balance Inicial	Balance Final	Pagos	Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
3	semestre de gracia	247.153	247.153		28.065	0	28.065
4	semestre de gracia	247.153	247.153		28.065	0	28.065
5	pago semestral 1	247.153	226.580		48.637	20.572	28.065
6	pago semestral 2	226.580	203.672		48.637	22.908	25.729
7	pago semestral 3	203.672	178.163		48.637	25.510	23.128
8	pago semestral 4	178.163	149.756		48.637	28.406	20.231
9	pago semestral 5	149.756	118.125		48.637	31.632	17.005
10	pago semestral 6	118.125	82.901		48.637	35.224	13.413
11	pago semestral 7	82.901	43.677		48.637	39.223	9.414
12	pago semestral 8	43.677	0		48.637	43.677	4.960
Totales					445.226	247.153	198.074

Anualización de los pagos semestrales de amortización

Año			Pagos de Capital	Pagos de Intereses
1	semestres 1 y 2	período de recepción del crédito		
2	semestres 3 y 4	período de amortización del crédito	0	56.130
3	semestres 5 y 6	período de amortización del crédito	43.480	53.794
4	semestres 7 y 8	período de amortización del crédito	53.916	43.358
5	semestres 9 y 10	período de amortización del crédito	66.856	30.419
6	semestres 11 y 12	período de amortización del crédito	82.901	14.373
Totales			247.153	198.074

OP	Parámetros		
Efi	Monto del crédito	247.153	bolívares fuertes
Efi	Tasa de interés nominal	24,00%	sobre saldo según el banco mercantil
Efi	Tasa de interés semestral efectiva	11,36%	sobre saldo
Efi	Comisión de apertura	1,50%	sobre el monto entregado del crédito
Efi	Comisión de compromiso	0,75%	sobre el saldo pendiente del retiro del banco
Efi	Entrega de primer semestre	55,00%	del monto total del crédito
Efi	Entrega de segundo semestre	45,00%	del monto total del crédito
Efi	Período de vigencia del crédito	12	semestres
Efi	Período de construcción	2	semestres
Efi	Período de gracia	2	semestres
Efi	Período de amortización	8	semestres
Efi	Pago periódico de amortización	48.637	bolívares por semestre

Nómina.

NÓMINA

(Expresado en bolívares fuertes, numero de empleados y porcentajes)

RESUMEN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
Número de empleados						
Fijo		3	3	3	3	3
Variable		5	5	5	5	5
Empleados Totales		**8**	**8**	**8**	**8**	**8**
Costo Anual de Nómina sin PsSs						
Fijo		162.034	162.034	162.034	162.034	162.034
Variable		835.105	835.105	1.113.473	1.252.657	1.391.841
Costo Anual de Nómina sin PsSs		**997.138**	**997.138**	**1.275.506**	**1.414.691**	**1.553.875**
Costo Anual de Nómina con PsSs						
Fijo		311.105	311.105	311.105	311.105	311.105
Variable		835.105	974.289	1.113.473	1.252.657	1.391.841
Costo Anual de Nómina con PsSs		**1.146.209**	**1.285.393**	**1.424.577**	**1.563.761**	**1.702.946**
Clasificación por Categorías						
Número de Empleados						
Empleados Comunes		3	3	3	3	3
Trabajadores Especializados		5	5	5	5	5
Empleados Totales		**8**	**8**	**8**	**8**	**8**
Costo Anual Total con PsSs						
Empleados Comunes		311.105	311.105	311.105	311.105	311.105
Trabajadores Especializados		835.105	974.289	1.113.473	1.252.657	1.391.841
Costo Anual Total con PsSs		**1.146.209**	**1.285.393**	**1.424.577**	**1.563.761**	**1.702.946**
Clasificación Porcentual						
Número de Empleados						
Empleados Comunes		37,50%	37,50%	37,50%	37,50%	37,50%
Trabajadores Especializados		62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%
Empleados Totales		**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**
Costo Anual Total con PsSs						
Empleados Comunes		27,14%	24,20%	21,84%	19,89%	18,27%
Trabajadores Especializados		72,86%	75,80%	78,16%	80,11%	81,73%
Costo Anual Total con PsSs		**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

OP Parámetros

No tiene parámetros propios pues es un resumen del cuadro de nómina anterior

Ingresos operacionales.

INGRESOS OPERACIONALES

(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Base de Cálculos	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (servicios)							
Capacidad utilizada							
Capacidad utilizada neta Lavado			1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
Capacidad utilizada neta Corte			1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Capacidad utilizada neta Secado			540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Planchado			540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Peinado			41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Tinte			369	431	492	554	616
Capacidad utilizada neta Mechas con gorro			41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas			62	72	82	92	103
Capacidad utilizada neta Mechas localizadas			21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Decoloraciones			21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Alisamientos			164	192	219	246	274
Capacidad utilizada neta Hidrataciones			103	120	137	154	171
Capacidad utilizada neta Manicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Pedicure			985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Estética de uñas			328	383	438	492	547
Ingresos por ventas (servicios)							
Lavado	35		43.092	50.274	57.456	64.638	71.820
Corte	150		259.200	302.400	345.600	388.800	432.000
Secado	167,5		90.450	105.525	120.600	135.675	150.750
Planchado	205		110.700	129.150	147.600	166.050	184.500
Peinado	207,5		8.516	9.935	11.354	12.774	14.193
Tinte	815		301.028	351.200	401.371	451.543	501.714
Mechas con gorro	1150		47.196	55.062	62.928	70.794	78.660
Mechas dirigidas	1750		107.730	125.685	143.640	161.595	179.550
Mechas localizadas	1350		27.702	32.319	36.936	41.553	46.170
Decoloraciones	1250		25.650	29.925	34.200	38.475	42.750
Alisamientos	1275		209.304	244.188	279.072	313.956	348.840
Hidrataciones	225		23.085	26.933	30.780	34.628	38.475
Manicure	150		147.744	172.368	196.992	221.616	246.240
Pedicure	150		147.744	172.368	196.992	221.616	246.240
Estética de uñas	500		164.160	191.520	218.880	246.240	273.600
INGRESOS TOTALES POR VENTAS (Servicios)			**1.713.301**	**1.998.851**	**2.284.402**	**2.569.952**	**2.855.502**
Ingresos totales Estilista			**1.210.561**	**1.412.321**	**1.614.082**	**1.815.842**	**2.017.602**
Ingresos totales Manicurista			**459.648**	**536.256**	**612.864**	**689.472**	**766.080**

OP	Parámetros			
Mer	Precio del Lavado		35	Bolívares por servicio
Mer	Precio del Corte		150	Bolívares por servicio
Mer	Precio del Secado		167,5	Bolívares por servicio
Mer	Precio del Planchado		205	Bolívares por servicio
Mer	Precio del Peinado		207,5	Bolívares por servicio
Mer	Precio del Tinte		815	Bolívares por servicio
Mer	Precio de las Mechas con gorro		1150	Bolívares por servicio
Mer	Precio de las Mechas dirigidas		1750	Bolívares por servicio
Mer	Precio de las Mechas localizadas		1350	Bolívares por servicio
Mer	Precio de las Decoloraciones		1250	Bolívares por servicio
Mer	Precio de los Alisamientos		1275	Bolívares por servicio
Mer	Precio de las Hidrataciones		225	Bolívares por servicio
Mer	Precio de la Manicure		150	Bolívares por servicio
Mer	Precio de la Pedicure		150	Bolívares por servicio
Mer	Precio de la Estética de uñas		500	Bolívares por servicio

Gastos de fabricación.

GASTOS DE FABRICACIÓN

(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Base de Cálculos	F/V	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)				**7.158**	**8.351**	**9.544**	**10.737**	**11.930**
Gastos Fijos								
Seguro Social Obligatorio	9,00%	F/V		14.583	14.583	14.583	14.583	14.583
INCE	2,00%	F/V		3.241	3.241	3.241	3.241	3.241
Política Habitacional	2,00%	F/V		3.241	3.241	3.241	3.241	3.241
Comunicaciones	24.000	F/V		7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Artículos de oficina	24.000	F/V		7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Repuestos de mantenimiento	7.421	F/V		2.226	2.226	2.226	2.226	2.226
Energía eléctrica	15.840	F/V		684	798	912	1.026	1.140
Alquiler del local	150.000	F/V		45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Imprevistos y Varios	1,50%	F/V		7.710	8.995	10.280	11.565	12.850
TOTAL GASTOS FIJOS				**91.085**	**92.484**	**93.883**	**95.282**	**96.681**
Gastos variables								
Seguro Social Obligatorio	9,00%	F/V		75.159	75.159	100.213	112.739	125.266
INCE	2,00%	F/V		16.702	16.702	22.269	25.053	27.837
Política Habitacional	2,00%	F/V		16.702	16.702	22.269	25.053	27.837
Impuestos y patentes	0,50%	V		8.567	9.994	11.422	12.850	14.278
Comunicaciones	24.000	F/V		16.800	16.800	16.800	16.800	16.800
Artículos de oficina	24.000	F/V		16.800	16.800	16.800	16.800	16.800
Repuestos de mantenimiento	7.421	F/V		5.194	5.194	5.194	5.194	5.194
Energía eléctrica	15.840	F/V		1.597	1.863	2.129	2.395	2.661
Alquiler del local	150.000	F/V		105.000	105.000	105.000	105.000	105.000
Imprevistos y Varios	1,50%	F/V		17.990	20.988	23.986	26.984	29.983
TOTAL GASTOS VARIABLES				**280.511**	**285.203**	**326.083**	**348.869**	**371.655**
GASTOS TOTALES (F+V)				**371.596**	**377.687**	**419.966**	**444.151**	**468.336**

OP	Parámetros							
Tec	Meses por año	12	meses por año					
Tec	Días laborables por mes	22	días laborables por mes					
Tec	Capacidad utilizada neta			60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%
Efi	Seguro social	9,00%	del costo anual de la nómina sin prestaciones sociales					
Efi	INCE	2,00%	del costo anual de la nómina sin prestaciones sociales					
Efi	Política habitacional	2,00%	del costo anual de la nómina sin prestaciones sociales					
Efi	Impuestos y patente	0,50%	de los ingresos totales					
Efi	Comunicaciones	2.000	bolívares mensuales					
Efi	Alquiler del local	12.500	bolívares mensuales					
Efi	Artículos de oficina	2.000	bolívares mensuales					
Efi	Repuestos de mantenimiento	1,50%	del total de activos fijos					
Efi	Energía eléctrica	15.840	kw por año (consumo de acuerdo a la capacidad utilizada)					
Efi	Consumo por día	60	kw por dia					
Efi	Consumo por kw	0,24	bolívares fuertes p/kw	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24
Efi	Imprevistos y varios	1,50%	de los ingresos totales					
AdS	Inflación estimada rubros varios	0,00%	sobre el costo del año anterior (todas las cuentas menos las relacionadas con los activos fijos, la nómina y los ingresos operacionales)					
Efi	Porcentaje de gastos fijos	30,00%	del total de gastos por reglon					
Efi	Porcentaje de gastos variables	70,00%	del total de gastos por reglon					

Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS

Valores Totales

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)						
	Capacidad utilizada neta Lavado		1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
	Capacidad utilizada neta Corte		1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
	Capacidad utilizada neta Secado		540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Planchado		540	630	720	810	900
	Capacidad utilizada neta Peinado		41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Tinte		369	431	492	554	616
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro		41	48	55	62	68
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas		62	72	82	92	103
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas		21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones		21	24	27	31	34
	Capacidad utilizada neta Alisamientos		164	192	219	246	274
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones		103	120	137	154	171
	Capacidad utilizada neta Manicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Pedicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas		328	383	438	492	547
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)		**7.158**	**8.351**	**9.544**	**10.737**	**11.930**
A	**INGRESOS POR VENTAS**		**1.713.301**	**1.998.851**	**2.284.402**	**2.569.952**	**2.855.502**
	Materia prima		0	0	0	0	0
	Nómina		1.146.209	1.285.393	1.424.577	1.563.761	1.702.946
	Gastos de fabricación		371.596	377.687	419.966	444.151	468.336
B	**Costo de ventas**		**1.517.805**	**1.663.080**	**1.844.543**	**2.007.912**	**2.171.282**
C	**Utilidad de producción (A-B)**		**195.496**	**335.771**	**439.858**	**562.039**	**684.220**
D	Depreciación y Amortización		87.056	87.056	87.056	86.437	78.055
E	**Utilidad antes de int/Imp (C-D)**		**108.440**	**248.715**	**352.802**	**475.602**	**606.166**
F	Intereses crediticios		56.130	53.794	43.358	30.419	14.373
G	**Utilidad antes de impuestos (E-F)**		**52.310**	**194.921**	**309.444**	**445.183**	**591.792**
H	Impuesto sobre la renta		-7.847	-29.238	-50.298	-87.862	-137.709
I	**UTILIDAD NETA (G+H)**		**44.464**	**165.683**	**259.146**	**357.321**	**454.083**
J	**Costo de producciòn (B+D+F)**		1.660.991	1.803.930	1.974.958	2.124.768	2.263.710
OP	**Parámetros**						
Efi			**TABLA DEL CÁLCULO DEL ISLR**				
	Escala Tributaria		**Base Impositiva**	**Tasa a Pagar**	**Deducible**		
	Desde 0 hasta 2000 unidades tributarias		0	15,00%	0		
	Entre 2000 y 3000 unidades tributarias		254.000	22,00%	17.780	140 unidades tributarias	
	Sobre 3000 unidades tributarias		381.000	34,00%	63.500	500 unidades tributarias	
	Valor de la unidad tributaria	127,00 Bolívares fuertes la U.T					

Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO

(Expresado en bolívares fuertes)

	SEGUNDO AÑO												TERCER AÑO			
	Mes Uno	Mes Dos	Mes Tres	Mes Cuatro	Mes Cinco	Mes Seis	Mes Siete	Mes Ocho	Mes Nueve	Mes Diez	Mes Once	Mes Doce	Mes Uno	Mes Dos	Mes Tres	Total Segundo Año
PRODUCCIÓN TOTAL (Servicios)																
Capacidad utilizada neta Lavado	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	120	120	120	1.231
Capacidad utilizada neta Corte	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	168	168	168	1.728
Capacidad utilizada neta Secado	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	53	53	53	540
Capacidad utilizada neta Planchado	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	53	53	53	540
Capacidad utilizada neta Peinado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	41
Capacidad utilizada neta Tinte	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	36	36	36	369
Capacidad utilizada neta Mechas con gorro	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	41
Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	62
Capacidad utilizada neta Mechas localizadas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
Capacidad utilizada neta Decoloraciones	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
Capacidad utilizada neta Alisamientos	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	16	16	16	164
Capacidad utilizada neta Hidrataciones	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	103
Capacidad utilizada neta Manicure	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	96	96	96	985
Capacidad utilizada neta Pedicure	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	96	96	96	985
Capacidad utilizada neta Estética de uñas	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	32	32	32	328
ORIGEN DE FONDOS																
Ingresos por inversión																
Aporte propio en activos																
Aporte de terceros en activos																
Capital de trabajo																
Ingresos operacionales																
Ventas del (servicio)	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	166.571	166.571	166.571	1.713.301
INGRESOS TOTALES	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	142.775	166.571	166.571	166.571	1.713.301
APLICACIÓN DE FONDOS																
Egresos por inversión																
Inversión total en activos																
Egresos por costo de ventas																
Materia prima																0
Nómina	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	95.517	107.116	107.116	107.116	1.146.209
Gastos de Fabricación		30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966	30.966		31.474	371.596
Egresos por gastos financieros																
Amortización de intereses						28.065						28.065				56.130
Egresos por pasivos por pagar																
Devolución de capital																
Otros pasivos líquidos																
Egresos fiscales																
Impuesto sobre la renta															-7.847	-7.847
EGRESOS TOTALES	95.517	126.484	126.484	126.484	126.484	154.549	126.484	126.484	126.484	126.484	126.484	154.549	138.082	107.116	130.743	1.566.088
SALDO DE CAJA	47.258	16.291	16.291	16.291	16.291	-11.774	16.291	16.291	16.291	16.291	16.291	-11.774	28.489	59.455	35.828	147.213
SALDO DE CAJA ACUMULADO	47.258	63.549	79.840	96.132	112.423	100.650	116.941	133.232	149.524	165.815	182.107	170.333	198.822	258.276	294.104	441.317
Valor mínimo de la serie	-47.258															
Parámetros																
Meses por año	12 meses por año															

Flujo de fondos.

FLUJO DE FONDOS

ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

(Expresado en Bolivares Fuertes)

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)						
Capacidad utilizada neta Lavado		1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
Capacidad utilizada neta Corte		1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Capacidad utilizada neta Secado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Planchado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Peinado		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Tinte		369	431	492	554	616
Capacidad utilizada neta Mechas con gorro		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas		62	72	82	92	103
Capacidad utilizada neta Mechas localizadas		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Decoloraciones		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Alisamientos		164	192	219	246	274
Capacidad utilizada neta Hidrataciones		103	120	137	154	171
Capacidad utilizada neta Manicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Pedicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Estética de uñas		328	383	438	492	547
ORIGEN DE FONDOS						
Ingresos por inversión						
Aporte propio en activos	343.694					
Aporte de terceros en activos	247.153					
Capital de trabajo - Rezago	-47.258					
Ingresos operacionales						
Ventas del producto		1.713.301	1.998.851	2.284.402	2.569.952	2.855.502
INGRESOS TOTALES	**543.589**	**1.713.301**	**1.998.851**	**2.284.402**	**2.569.952**	**2.855.502**
APLICACIÓN DE FONDOS						
Egresos por inversión						
Inversión total en activos	590.846					
Egresos por costo de ventas						
Materia prima		0	0	0	0	0
Nómina		1.146.209	1.285.393	1.424.577	1.563.761	1.702.946
Gastos de Fabricación		371.596	377.687	419.966	444.151	468.336
Egresos por gastos financieros						
Amortización de intereses		56.130	53.794	43.358	30.419	14.373
Egresos por pasivos por pagar						
Devolución de capital			43.480	53.916	66.856	82.901
Otros pasivos líquidos						
Egresos fiscales						
Impuesto sobre la renta		7.847	29.238	50.298	87.862	137.709
EGRESOS TOTALES	**590.846**	**1.581.781**	**1.789.592**	**1.992.115**	**2.193.049**	**2.406.265**
SALDO DE CAJA	**-47.258**	**131.520**	**209.259**	**292.287**	**376.903**	**449.237**

Parámetros

No tiene parámetros propios pues toda la información la importa de cuadros anteriores

Valor agregado.

VALOR AGREGADO

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)		**7.158**	**8.351**	**9.544**	**10.737**	**11.930**
	Insumos						
	Materia prima						
	Materiales y repuestos						
	Repuestos de mantenimiento		7.421	7.421	7.421	7.421	7.421
	Artículos de oficina		24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
	Servicios para la producción						
	Energía eléctrica		2.281	2.661	3.041	3.421	3.802
	Servicios administrativos						
	Comunicaciones		24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
	Imprevistos y Varios		7.710	8.995	10.280	11.565	12.850
A	**TOTAL INSUMOS**		**65.411**	**67.077**	**68.742**	**70.407**	**72.072**
	Valor Agregado						
	Tierra						
	Alquiler de terreno		0	0	0	0	0
	Trabajo						
	Nómina		1.146.209	1.285.393	1.424.577	1.563.761	1.702.946
	Capital						
	Intereses crediticios		56.130	53.794	43.358	30.419	14.373
	Empresario						
	Utilidad neta		44.464	165.683	259.146	357.321	454.083
	Estado						
	Seguro Social Obligatorio		89.742	89.742	114.796	127.322	139.849
	INCE		19.943	19.943	25.510	28.294	31.077
	Política Habitacional		19.943	19.943	25.510	28.294	31.077
	Impuesto sobre la renta		7.847	29.238	50.298	87.862	137.709
	Impuestos y patentes		8.567	9.994	11.422	12.850	14.278
	Imprevistos y Varios		17.990	20.988	23.986	26.984	29.983
B	**TOTAL VALOR AGREGADO**		**1.410.833**	**1.694.718**	**1.978.604**	**2.263.107**	**2.555.375**
C	**PRODUCCIÓN BRUTA (A+B)**		**1.476.245**	**1.761.795**	**2.047.345**	**2.333.514**	**2.627.447**
D	Depreciación y amortización		87.056	87.056	87.056	86.437	78.055
E	**INGRESOS POR VENTAS (C+D)**		**1.563.301**	**1.848.851**	**2.134.402**	**2.419.952**	**2.705.502**
	CÁLCULO DEL VALOR AGREGADO (expresado en %)						
B/C	**Pagos a los factores de producción**		**95,57%**	**96,19%**	**96,64%**	**96,98%**	**97,26%**
	Porcentaje promedio		**96,53%**				
A/C	**Pagos a los proveedores de Insumos**		**4,43%**	**3,81%**	**3,36%**	**3,02%**	**2,74%**
	Porcentaje promedio		**3,47%**				
OP	**Parámetros**						
	INGRESOS TOTALES POR VENTA		1.713.301	1.998.851	2.284.402	2.569.952	2.855.502

Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)						
Capacidad utilizada neta Lavado		1.231	1.436	1.642	1.847	2.052
Capacidad utilizada neta Corte		1.728	2.016	2.304	2.592	2.880
Capacidad utilizada neta Secado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Planchado		540	630	720	810	900
Capacidad utilizada neta Peinado		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Tinte		369	431	492	554	616
Capacidad utilizada neta Mechas con gorro		41	48	55	62	68
Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas		62	72	82	92	103
Capacidad utilizada neta Mechas localizadas		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Decoloraciones		21	24	27	31	34
Capacidad utilizada neta Alisamientos		164	192	219	246	274
Capacidad utilizada neta Hidrataciones		103	120	137	154	171
Capacidad utilizada neta Manicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Pedicure		985	1.149	1.313	1.477	1.642
Capacidad utilizada neta Estética de uñas		328	383	438	492	547
Costos Fijos						
Materia Prima						
Nómina		311.105	311.105	311.105	311.105	311.105
Gastos de fabricación		91.085	92.484	93.883	95.282	96.681
Intereses crediticios		56.130	53.794	43.358	30.419	14.373
Depreciación y amortización		87.056	87.056	87.056	86.437	78.055
TOTAL COSTOS FIJOS		**545.375**	**544.438**	**535.402**	**523.242**	**500.214**
Costos Variables						
Materia Prima		0	0	0	0	0
Nómina		835.105	974.289	1.113.473	1.252.657	1.391.841
Gastos de fabricación		280.511	285.203	326.083	348.869	371.655
Intereses crediticios						
Depreciación y amortización						
TOTAL COSTOS VARIABLES		**1.115.616**	**1.259.492**	**1.439.556**	**1.601.526**	**1.763.496**
COSTOS TOTALES (F+V)		**1.660.991**	**1.803.930**	**1.974.958**	**2.124.768**	**2.263.710**
Impuestos sobre la renta		7.847	29.238	50.298	87.862	137.709
Utilidad neta		44.464	165.683	259.146	357.321	454.083
INGRESOS POR VENTAS		**1.713.301**	**1.998.851**	**2.284.402**	**2.569.952**	**2.855.502**

Punto de equilibrio (Cont...).

	Punto de Equilibrio por año					
	Expresado en:					
	Porcentaje	**91,25%**	**73,64%**	**63,37%**	**54,03%**	**45,81%**
	Unidades de producción					
	Capacidad utilizada neta Lavado	1.123	1.058	1.040	998	940
	Capacidad utilizada neta Corte	1.577	1.485	1.460	1.400	1.319
	Capacidad utilizada neta Secado	493	464	456	438	412
	Capacidad utilizada neta Planchado	493	464	456	438	412
	Capacidad utilizada neta Peinado	37	35	35	33	31
	Capacidad utilizada neta Tinte	337	317	312	299	282
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro	37	35	35	33	31
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas	56	53	52	50	47
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas	19	18	17	17	16
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones	19	18	17	17	16
	Capacidad utilizada neta Alisamientos	150	141	139	133	125
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones	94	88	87	83	78
	Capacidad utilizada neta Manicure	899	846	832	798	752
	Capacidad utilizada neta Pedicure	899	846	832	798	752
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas	300	282	277	266	251
	Ingresos por ventas	1.563.350	1.471.883	1.447.688	1.388.550	1.308.016
	Meses por año	10,95	8,84	7,60	6,48	5,50
	Días laborables por año	240,89	194,40	167,30	142,64	120,93
	Punto de Equilibrio promedio					
	Expresado en:					
	Porcentaje	**65,62%**				
	Unidades de producción					
	Capacidad utilizada neta Lavado	**1.032**				
	Capacidad utilizada neta Corte	**1.448**				
	Capacidad utilizada neta Secado	**453**				
	Capacidad utilizada neta Planchado	**453**				
	Capacidad utilizada neta Peinado	**34**				
	Capacidad utilizada neta Tinte	**310**				
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro	**34**				
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas	**52**				
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas	**17**				
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones	**17**				
	Capacidad utilizada neta Alisamientos	**138**				
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones	**86**				
	Capacidad utilizada neta Manicure	**825**				
	Capacidad utilizada neta Pedicure	**825**				
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas	**275**				
	Ingresos por ventas	**1.435.898**				
	Meses por año	**787,43%**				
	Días laborables por año	**17323,37%**				
OP	**Parámetros**					
	INGRESOS TOTALES POR VENTA	1.713.301	1.998.851	2.284.402	2.569.952	2.855.502
	Meses por año	12	Meses por año			
	Días laborables por año	264	Días laborables por año			

Productividad.

PRODUCTIVIDAD

Estado de Resultados

Valores Unitarios

		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)						
	Capacidad utilizada neta Lavado		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Corte		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Secado		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Planchado		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Peinado		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Tinte		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Mechas con gorro		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Mechas dirigidas		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Mechas localizadas		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Decoloraciones		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Alisamientos		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Hidrataciones		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Manicure		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Pedicure		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Capacidad utilizada neta Estética de uñas		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
A	**INGRESOS POR VENTAS**		**239,35**	**239,35**	**239,35**	**239,35**	**239,35**
	Materia prima		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Nómina		160,12	153,92	149,26	145,64	142,74
	Gastos de fabricación		51,91	45,23	44,00	41,37	39,26
B	**Costo de ventas**		**212,04**	**199,14**	**193,26**	**187,00**	**182,00**
C	**Utilidad de producción (A-B)**		**27,31**	**40,21**	**46,09**	**52,34**	**57,35**
D	Depreciación y Amortización		12,16	10,42	9,12	8,05	6,54
E	**Utilidad antes de int/Imp (C-D)**		**15,15**	**29,78**	**36,96**	**44,29**	**50,81**
F	Intereses crediticios		7,84	6,44	4,54	2,83	1,20
G	**Utilidad antes de impuestos (E-F)**		**7,31**	**23,34**	**32,42**	**41,46**	**49,60**
H	Impuesto sobre la renta		-1,10	-3,50	-5,27	-8,18	-11,54
I	**UTILIDAD NETA (G+H)**		**6,21**	**19,84**	**27,15**	**33,28**	**38,06**

Parámetros

No tiene parámetros propios pues toda la información es importada de los cuadros anteriores

Rentabilidad estática.

RENTABILIDAD ESTÁTICA

(Expresado en Bolivares Fuertes)

	Niveles de inversión	
A	**Inversión total**	543.589
B	**Inversión del promotor**	296.436
C	**Apalancamiento (A-B)**	247.153

RAZONES DE RENTABILIDAD ESTÁTICA

	Rentabilidad Promedio	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
Expresada como número índice						
Rentabilidad del Negocio (RNE)	0,47	0,08	0,30	0,48	0,66	0,84
Resultado Operativo Bruto (ROB)	0,59	0,10	0,36	0,57	0,82	1,09
Rentabilidad del Promotor (RPR)	1,21	0,37	0,84	1,19	1,60	2,04
Costo de producción sobre ventas (CPV)	0,87	0,97	0,90	0,86	0,83	0,79
Utilidad neta sobre ventas (UNV)	0,10	0,03	0,08	0,11	0,14	0,16
Expresada como porcentaje						
Rentabilidad del Negocio (RNE)	47,12%	8,18%	30,48%	47,67%	65,73%	83,53%
Resultado Operativo Bruto (ROB)	58,63%	9,62%	35,86%	56,93%	81,90%	108,87%
Rentabilidad del Promotor (RPR)	120,88%	36,58%	83,90%	119,01%	160,44%	204,48%
Costo de producción sobre ventas (CPV)	87,12%	96,95%	90,25%	86,45%	82,68%	79,28%
Utilidad neta sobre ventas (UNV)	10,41%	2,60%	8,29%	11,34%	13,90%	15,90%

Parámetros

No tiene parámetros propios pues toda la información es importada de los cuadros anteriores

Rentabilidad financiera.

RENTABILIDAD FINANCIERA

(Expresado en Bolívares Fuertes)

		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año
	PRODUCCIÓN TOTAL (servicios)	**0**	**7.158**	**8.351**	**9.544**	**10.737**	**11.930**
	Tasa de Costo de Capital	**24,00%**					
	RENTABILIDAD DEL NEGOCIO						
	Inversión Realizada						
A	Inversión Total	-543.589					
B	Saldo de Caja	-47.258	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
C	Saldo de Caja Neto SCN (A+B)	-590.846	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
D	SCN Descontado	-476.489	85.536	109.754	123.630	128.565	123.579
E	SCND Acumulado	-476.489	-390.953	-281.199	-157.570	-29.005	94.574
	Valor Presente Neto	**94.574**					
	Tasa Interna de Retorno	**31,43%**					
	Período de Recuperación	**4,23**					
	RENTABILIDAD DEL PROMOTOR						
	Inversión Realizada						
A	Inversión Propia	-296.436					
B	Saldo de Caja	-47.258	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
C	Saldo de Caja Neto SCN (A+B)	-343.694	131.520	209.259	292.287	376.903	449.237
D	SCN Descontado	-277.172	85.536	109.754	123.630	128.565	123.579
E	SCND Acumulado	-277.172	-191.636	-81.883	41.747	170.311	293.891
	Valor Presente Neto	**293.891**					
	Tasa Interna de Retorno	**58,60%**					
	Período de Recuperación	**1,66**					

Parámetros

No tiene parámetros propios pues toda la información es importada de los cuadros anteriores

Anexo 6.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Análisis de sensibilidad fase 1.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 1

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)

Clasificación de los Parámetros	Valor del parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno			
				TIR Promotor	TIR Negocio	TIR Promotor	TIR Negocio
	Original	Modificado		Valores originales		Valores ajustados	
				58,60%	31,43%	39,07%	20,95%
Parámetros inflacionarios				Valores modificados			
1) Tasa de interés anual nominal	24,00%	**48,00%**	100,00%	**44,96%**	**23,74%**	NC	NC
2) Unidad tributaria	127,00	**165,10**	30,00%	**59,87%**	**32,51%**	NC	NC
Parámetros de ingresos							
3) Precio del Lavado	35	**28,00**	-20,00%	**56,93%**	**30,30%**	NC	NC
4) Precio del Corte	150	**120,00**	-20,00%	**53,65%**	**28,09%**	NC	NC
5) Precio del Secado	168	**134,00**	-20,00%	**57,15%**	**30,45%**	NC	NC
6) Precio del Planchado	205	**164,00**	-20,00%	**56,73%**	**30,17%**	NC	NC
7) Precio del Peinado	208	**166,00**	-20,00%	**58,77%**	**31,54%**	NC	NC
8) Precio del Tinte	815	**652,00**	-20,00%	**52,35%**	**27,21%**	NC	NC
9) Precio de las Mechas con gorro	1.150	**920,00**	-20,00%	**57,63%**	**30,77%**	NC	NC
10) Precio de las Mechas dirigidas	1.750	**1.400,00**	-20,00%	**56,37%**	**29,93%**	NC	NC
11) Precio de las Mechas localizadas	1.350	**1.080,00**	-20,00%	**58,03%**	**31,04%**	NC	NC
12) Precio de las Decoloraciones	1.250	**1.000,00**	-20,00%	**58,07%**	**31,07%**	NC	NC
13) Precio de los Alisamientos	1.275	**1.020,00**	-20,00%	**54,26%**	**28,50%**	NC	NC
14) Precio de las Hidrataciones	225	**180,00**	-20,00%	**58,13%**	**31,11%**	NC	NC
15) Precio de la Manicure	150	**120,00**	-20,00%	**55,54%**	**29,36%**	NC	NC
16) Precio de la Pedicure	150	**120,00**	-20,00%	**55,54%**	**29,36%**	NC	NC
17) Precio de la Estética de uñas	500	**400,00**	-20,00%	**55,20%**	**29,13%**	NC	NC
Parámetros de mercado							
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	**48,00%**	-20,00%	**26,75%**	**10,23%**	CRITICO	CRITICO
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	**5,00%**	-50,00%	**41,83%**	**17,60%**	NC	CRITICO
Parámetros técnicos							
20) Pérdida promedio en el proceso	5,00%	**6,50%**	30,00%	**56,46%**	**29,98%**	NC	NC
Parámetros laborales							
21) Días laborables por mes	22,00	**17,60**	-20,00%	**58,72%**	**31,50%**	NC	NC
Parámetros fiscales							
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio	9,00%	**14,40%**	60,00%	**45,83%**	**22,77%**	NC	NC
Parámetros socio-políticos							
23) Porcentaje de prestaciones sociales	92,00%	**138,00%**	50,00%	**58,60%**	**31,43%**	NC	NC

Análisis de sensibilidad fase 2.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 2

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)

Clasificación de los Parámetros	Valor del parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno		Prioridad de Riesgo de los Parámetros
	Original	Modificado		TIR Promotor	TIR Negocio	
				Valores originales		
				58,60%	31,43%	
				Valores modificados		
Parámetros inflacionarios						
1) Tasa de interés anual nominal						
2) Unidad tributaria						
Parámetros de ingresos						
3) Precio del Lavado						
4) Precio del Corte						
5) Precio del Secado						
6) Precio del Planchado						
7) Precio del Peinado						
8) Precio del Tinte						
9) Precio de las Mechas con gorro						
10) Precio de las Mechas dirigidas						
11) Precio de las Mechas localizadas						
12) Precio de las Decoloraciones						
13) Precio de los Alisamientos						
14) Precio de las Hidrataciones						
15) Precio de la Manicure						
16) Precio de la Pedicure						
17) Precio de la Estética de uñas						
Parámetros de mercado						
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	42,54%	-29,10%	**12,32%**	**0,00%**	**1**
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	1,06%	-89,40%	**21,28%**	**0,00%**	**2**
Parámetros técnicos						
20) Pérdida promedio en el proceso						
Parámetros laborales						
21) Días laborables por mes						
Parámetros fiscales						
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio						
Parámetros socio-políticos						
23) Porcentaje de prestaciones sociales						

Análisis de sensibilidad fase 3.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 3

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados

(Expresado en diversas unidades)

Clasificación de los Parámetros	Valor del parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno		Prioridad de Riesgo de los Parámetros
	Original	Modificado		TIR Promotor	TIR Negocio	
				Valores originales		
				58,60%	31,43%	
				Valores modificados		
Parámetros inflacionarios						
1) Tasa de interés anual nominal						
2) Unidad tributaria						
Parámetros de ingresos						
3) Precio del Lavado						
4) Precio del Corte						
5) Precio del Secado						
6) Precio del Planchado						
7) Precio del Peinado						
8) Precio del Tinte						
9) Precio de las Mechas con gorro						
10) Precio de las Mechas dirigidas						
11) Precio de las Mechas localizadas						
12) Precio de las Decoloraciones						
13) Precio de los Alisamientos						
14) Precio de las Hidrataciones						
15) Precio de la Manicure						
16) Precio de la Pedicure						
17) Precio de la Estética de uñas						
Parámetros de mercado						
18) Porcentaje de capacidad utilizada 2do. Año	60,00%	**55,80%**	-7,00%	**47,87%**	**24,43%**	**1**
19) Incremento anual de la capacidad utilizada	10,00%	**8,50%**	-15,00%	**54,24%**	**27,86%**	**2**
Parámetros técnicos						
20) Pérdida promedio en el proceso						
Parámetros laborales						
21) Días laborables por mes						
Parámetros fiscales						
22) Aporte al Seguro Social Obligatorio						
Parámetros socio-políticos						
23) Porcentaje de prestaciones sociales						