

Creación de Empresa 3 Modelos De Innovación

SALÓN DE BELLEZA MARIACARO



Presentado por

Por:

Carolina Valencia Ciceri

María Teresa Cano Mejía

Corporación Unificada Nacional de Educación de Educación Superior

Creación de Empresa 3

Administración de empresas

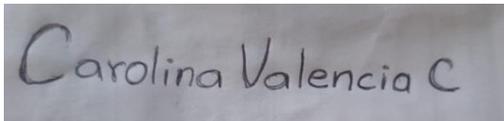
Noviembre, 2020

Compromiso del Autor.

Yo CAROLINA VALENCIA CICERI con célula de identidad 40082257 y alumno del programa académico contaduría pública declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Atentamente,

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink that reads "Carolina Valencia C". A horizontal line extends from the right side of the box.

CAROLINA VALENCIA CICERI

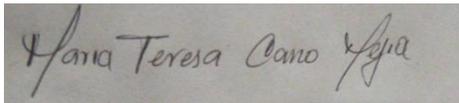
C.C. 40082257

Compromiso del Autor

Yo MARIA TERESA CANO MEJIA con célula de identidad 41956520 y alumno del programa académico contaduría pública declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Atentamente,

A rectangular box containing a handwritten signature in cursive script, which reads "Maria Teresa Cano Mejia". A horizontal line extends from the right side of the box.

MARIA TERESA CANO MEJIA

41956520

Contenido

Resumen ejecutivo.....	5
Introducción.....	5
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Claves para el éxito.....	6
Desarrollo del proyecto.....	7
Direccionamiento o estratégico y estudio legal.....	7
Descripción de la idea de negocio.....	7
Presentación de la Empresa.....	9
Actividad económica.....	10
Portafolio.....	11
Líneas de productos y/o servicios.....	11
Precios.....	11
Fotografías.....	14
Contactos.....	15
Direccionamiento estratégico.....	15
Objetivos estratégicos.....	15
Misión.....	16
Futuro preferido.....	16
Valores.....	16
Indicadores de desempeño.....	16
Cadena de valor.....	17
Organigrama.....	18
IV. Principales Funciones.....	19
Estudio legal.....	20
Estudio financiero.....	21
Plan de Inversión.....	21
Plan de Financiación.....	22
Costos.....	22
Gastos.....	23
Ingresos.....	23
Análisis del punto de equilibrio.....	1
Estado de resultados.....	1
Balance general.....	1
Flujo de caja.....	3
Indicadores de evaluación.....	4
Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	4
Referencias.....	5

Resumen ejecutivo.

Salón de Belleza MariaCaro, es una idea innovadora y creativa diseñada para todas las edades, géneros y eventos especiales. ¿Has sentido la necesidad de un peinado especial para tus cumpleaños, tu matrimonio o reunión? este proyecto vuelve realidad tus sueños ya que combina la experiencia, calidad del servicio y sobre todo estará dirigido por dos mujeres apasionadas por brindar asesoramiento en temas de belleza.

El salón de belleza, pretende prestar servicios de peluquería, barbería y estética, resaltando los peinados especiales, mediante estilistas profesionales; esta idea de negocio surge de la necesidad de la apertura económica del mercado en razón a los nuevos lineamientos de gobierno, así, se crea una oportunidad en el mercado que resulta viable, pues todos tenemos la necesidad de lucir y de sentirnos bien con nosotros mismos y de esta manera MariaCaro suplirá las necesidades del consumidor mediante ética y profesionalismo.

Introducción

Estadísticas, revelan que el 8.2% del gasto de los hogares se destina al cuidado personal, lo que permite estimar la rentabilidad de este tipo de negocios cuyos clientes potenciales son mujeres y hombres de clase media, mayores de 18 años. Los servicios de belleza son demandados tanto por clientes jóvenes que quieren llegar presentables a sus trabajos, una junta o un encuentro amoroso, como por jubilados que desean cuidar su imagen para salir de casa o esperar alguna visita. (Díaz. R. 2015).

MariaCaro, pretende satisfacer estas necesidades y hacer parte del 8.2% asociado al cuidado personal, generando un sentido de identidad con el cliente, gracias al factor diferencial en razón a promociones especiales e incentivos para generar atracción.

La empresa es reconocida por trabajar específicamente en el área de peinados especiales como valor agregado, ya que se especializa en este segmento para generar un sentido de identidad asociada a la marca.

Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio para identificar la viabilidad y ejecución de un salón de belleza en la ciudad de Bogotá, que ofrezca servicios especializados en peinados para eventos especiales.

Objetivos específicos

1. Realizar un direccionamiento estratégico del modelo de negocio y estudio legal para analizar el entorno externo e interno del proyecto.
2. Identificar las necesidades del cliente en relación a un modelo de negocio que permita satisfacer necesidades de cuidado y estética personal.
3. Elaborar y formular la situación financiera del proyecto para garantizar la viabilidad del proyecto.

Claves para el éxito.

Como referencia y claves de éxito para el modelo se tienen en cuenta factores de éxito de la competencia, pues si bien es cierto nos especializamos en los peinados para eventos especiales, así mismo se cuenta con todos los servicios de un salón de belleza ya que garantizamos la satisfacción del cliente con la prestación de nuestros servicios.

Los factores únicos y diferenciales que sustentan el éxito del proyecto son:

1. Personal calificado.
2. Variedad de servicios, pero especialización en peinados específicos.

3. Sentido de identidad
4. Cada cliente es único y tiene unas necesidades específicas, por ello el tiempo del cliente siempre será importante así como sus sugerencias
5. El servicio está totalmente enfocado en el cliente y sus necesidades
6. Modelos innovadores para la prestación del servicio y asesoramiento de imagen en línea.

Desarrollo del proyecto.

Direccionamiento o estratégico y estudio legal.

Descripción de la idea de negocio.

Tabla 1. Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Servicio de peluquería, barbería y salón de belleza con especialidad en peinados para eventos y ocasiones especiales.
¿Quién es el cliente potencial?	Hombres, mujeres y niños nivel social medio, con interés de mejorar su aspecto personal o suplir una necesidad de cuidado personal por un periodo de tiempo determinado de acuerdo a un evento especial.
¿Cuál es la necesidad?	Salón de belleza que funcione en horario

	flexible, para satisfacer necesidades de peluquería, barbería, estética en general.
¿Cómo?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratando el equipo humano y técnico necesario. 2. Desarrollando la marca 3. Estableciendo un presupuesto de inversión 4. Satisfaciendo las necesidades del cliente potencial con calidad y profesionalismo. 5. Contando con excelentes proveedores para nuestros productos.
¿Por qué lo preferirían?	<p>MariaCaro Cuenta con factores competitivos asociados a especialización en peinados especiales, ofertas atractivas e incentivos, es liderada por dos mujeres apasionadas por el tema y con un modelo de negocio claro.</p> <p>Cuenta con estilistas calificados y tiene una excelente variedad de servicios.</p>
¿Cuál es el factor de innovación?	El sector innovación está asociado al

	<p>mercado digital, ya que como valor agregado preparará un sitio web moderno, una aplicación que permitirá conectar con el cliente y generar una dinámica e interacción personalizada.</p>
--	---

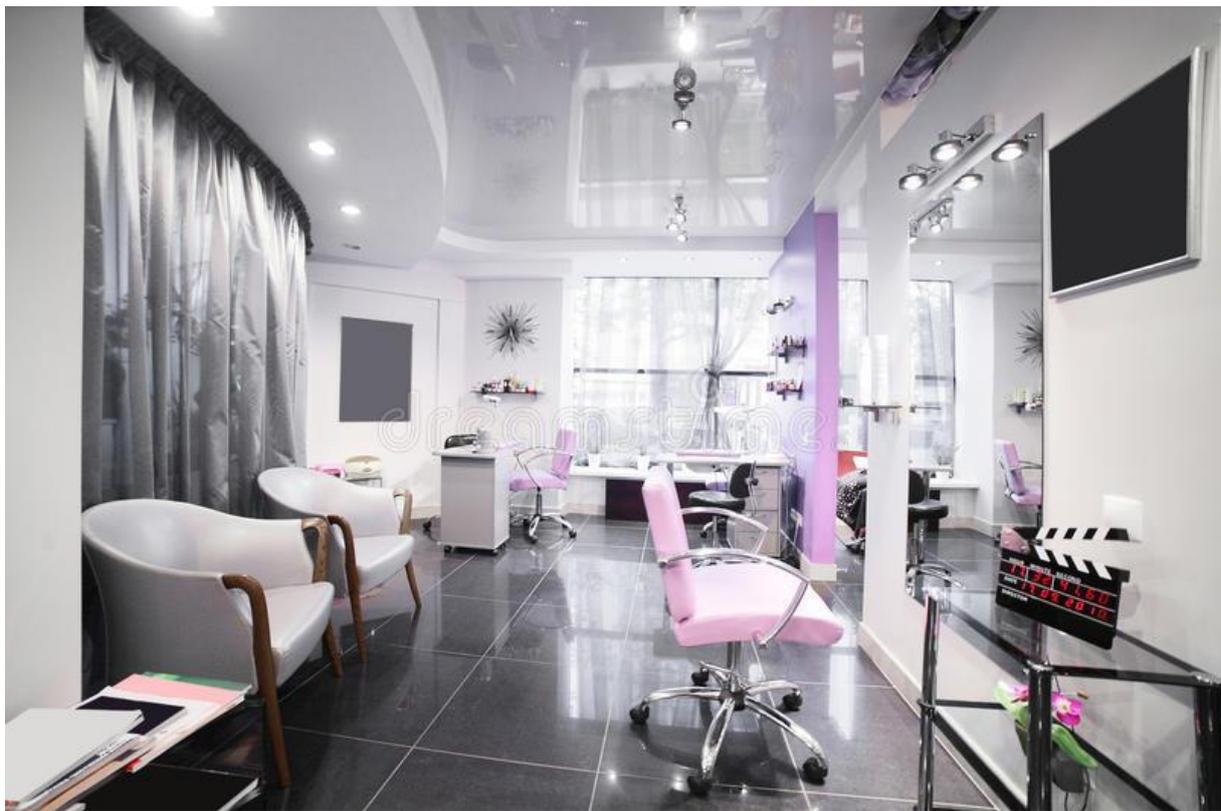


Figura 1. Servicios Salón de Belleza MariaCaro

Presentación de la Empresa.

¿Quiénes somos?

MariaCaro es una Empresa dedicada a prestar servicios de belleza y cuidado personal, siendo así un modelo de negocio perfecto para lucir mejor y verse joven, la Empresa es más que lavar y cortar cabello, tiene unas estrategias y objetivos claros para satisfacer la necesidad de las personas mejorando su imagen de manera integral.

De esta forma MariaCaro es un salón de belleza con establecimiento comercial en la ciudad de Bogotá que ofrece a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, conservación e higiene de la piel y apariencia personal.

Logo.



MariaCaro, es la representación de dos grandes mujeres contadoras públicas que buscan plasmar sus conocimientos en un modelo de negocio innovador que trasciende al mercado de belleza y estética, representado así en el logo, que identifica la tenacidad y valor del papel de la mujer en la sociedad.

El logo del proyecto pretende ser innovador con colores asociados a la belleza, la delicadeza de la mujer y la fortaleza de un negocio sólido y estable.

Actividad económica

Según código CIU de la cámara de Comercio de Bogotá

9602 Peluquería y otros tratamientos de belleza

Portafolio.

Líneas de productos y/o servicios

1. Cortes

Asesoramiento, diseño y corte de pelo para mujer, hombre y niños, atendiendo a la estructura facial y a las tendencias más actuales.

2. Coloración sin amoníaco

Con los tintes sin amoníaco conseguirás un color y un acabado natural y unos reflejos brillantes sin maltratar el cabello.

3. Decoloraciones

Decolorarte el cabello en tu casa puede ser una pesadilla además de que puedes arruinar tu cabello. Con nuestros productos profesionales podemos aclarar el color de tu cabello hasta 8 tonos.

4. Mechas

Color y vida para tu cabello con mechas.

Peinados especiales

Ofrecemos todas las opciones para tu look

5. Color

Teñir el cabello en tu casa es un engorro. Nosotros te aconsejamos cuál es el tono más adecuado para ti.

6. Manicure

Precios

PROCEDIMIENTO	TARIFA ESTIMADA DESDE
Cortes.	\$15.000
Coloración sin amoníaco	\$80.000
Decoloraciones	\$70.000
Mechas	\$90.000
Color	\$75.000
Peinados especiales	\$45.000
Juagado de Cabello sin Shampoo	\$ 12.000
Lavado de Cabello	\$ 12.000
Lavado de Cabello 1 procesos (color o mechas)	\$ 17.000
Lavado de Cabello 2 procesos (color y mechas o Tanino)	\$ 22.000
Lavado de Cabello solo Extensiones	\$ 12.000
Lavado de Cabello con Extensiones	\$ 22.000
Ampolletas	\$ 78.000
Mascarilla Capilar	\$ 35.000
Keratina	\$ 108.000
Blower	\$35000
Peinado con Crespos (no incluye lavado)	\$ 50.000
Recogido (incluye peinado con crespos y recogido)	\$ 90.000
Corte (no incluye lavado)	\$ 40.000
Color (no incluye lavado)	\$ 140.000
Color sin Amoniaco (no incluye lavado)	\$ 150.000
Mechas (no incluye lavado)	\$ 140.000
Balayage (no incluye lavado)	\$ 160.000

Enjuague para Matizar	\$ 100.000
Maquillaje	\$ 50.000
Maquillaje con Pestañas	\$ 80.000
Maquillaje y peinado 15 Años	\$ 200.000
Maquillaje y peinado	\$ 180.000
Maquillaje y peinado	\$ 280.000
Paquete Novia Maquillaje prueba y boda, Manos , Pies (no incluye lavado)	\$ 800.000
Manicure	\$ 25.000
Manos Semi Permanente (no incluye manicure)	\$ 30.000
Spa Manos (no incluye manicure)	\$ 30.000
Pedicura	\$ 30.000
Pies Semi Permanente (no incluye pedicura)	\$ 31.000
Spa Pies (no incluye pedicura)	\$ 43.000
Retiro Semi Permanente (Manos o Pies)	\$ 13.000
Uñas Acrílicas o Gel (no incluye manicure)	\$ 170.000
Mantenimiento Uñas Acrílicas (no incluye manicure)	\$ 70.000
Parafina Manos (no incluye manicure)	\$ 20.000

Fotografías.



Figura 2. Maquillaje y peinados para novias.

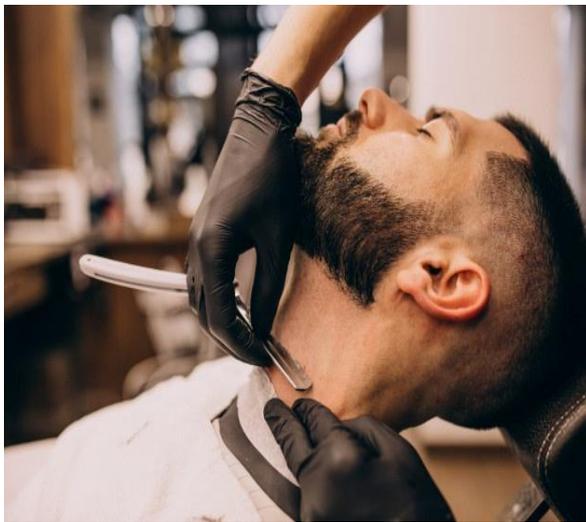


Figura 3. Barbería para hombres.



Figura 4. Corte de cabello para niños.



Figura 5. Manicura para Mujeres

Contactos

@MariaCaro

CAROLINA VALENCIA CICERI

MARIA TERESA CANO MEJIA

Direccionamiento estratégico.

Objetivos estratégicos.

1. Aumentar las ventas del mes inmediatamente anterior en un 5%
2. Aumentar los beneficios para los clientes en razón a la acumulación de compras
3. Retención de clientes
4. Ofrecer servicios de calidad y eficiencia con el profesionalismo de la marca
5. Prestar una atención personalizada a cada cliente.
6. Analizar los estados financieros para identificar el crecimiento o pérdidas del ejercicios

Misión

Prestar servicios de belleza y asesoramiento de imagen mediante un centro de servicios de peluquería, para garantizar soluciones efectivas a los clientes mediante una gran variedad de servicios de cuidado personal.

Futuro preferido

Ser la empresa líder en el segmento del mercado, reconocida por prestar servicios de alta calidad en asesoramiento de imagen y servicios de cuidado personal mediante uso de técnicas innovadoras y profesionales competentes.

Valores

Excelencia en el servicio.

Compromiso

Calidad

Pasión

Competitividad

Indicadores de desempeño

1. Utilización: $\text{Capacidad utilizada} / \text{capacidad disponible} * 100$
2. Rendimiento: $\text{Nivel de precio real} / \text{esperado} * 100$
3. Productividad: $\text{Total producción} / \text{producción esperada} * 100$

4. Satisfacción del cliente: $\text{Total clientes atendidos en un periodo} / \text{satisfacción de los clientes} * 100$
5. Participación en el mercado: $\text{Ventas de la Empresa} / \text{Ventas del mercado} * 100$
6. Incremento en clientes: $\text{clientes en el periodo} / \text{clientes periodo anterior} * 100$
7. Variación en ventas: $(\text{Ventas reales} - \text{Ventas presupuestadas}) / \text{Ventas presupuestadas} * 100$

Cadena de valor



Figura 6. Cadena de Valor MariaCaro.

La ventaja competitiva de MariaCaro resulta estar asociada a la prestación de un servicio de las actividades primarias pues garantizará una satisfacción al cliente con servicios

novedosos específicamente la de peinados especiales gracias a la gestión de los recursos humanos y sus competencias para ofrecer un servicio con calidad.

Organigrama.



Figura 7. Organigrama MariaCaro.

PERFIL DE CARGO:	
<u>I. Antecedentes Generales</u>	
Nombre del Cargo	Administradora
Dependencia	Administración
<u>II. Requisitos Formales</u>	
Estudios Requeridos	Administrador de empresas, contador público, carreras afines, se puede convalidar con la experiencia.

Estudios de Especialización, Capacitación	Administrador de empresas, contador público, carreras afines.
Trayectoria Laboral	Experiencia en sector de peluquerías con más de tres años, administrándolas.
Experiencia	Experiencia de más de dos años liderando procesos administrativos como coordinaciones o gerencias.
Otros	

III. Objetivos del Cargo

Dirigir los recursos y esfuerzos de la organización hacia oportunidades que le permitan obtener resultados económicamente significativos

IV. Principales Funciones

1. Planear organizar y dirigir las actividades del salón de belleza
2. Tener un adecuado manejo de los recursos humanos, financieros, y tecnológicos.
3. Controlar el presupuesto de la organización.
4. Trabajar continuamente en la mejora continua de la organización.
5. Implementar mecanismos para fomentar el emprendimiento en los trabajadores.
6. Dirigir y supervisar el equipo de trabajo

VI. Competencias

Competencias Personales y laborales:

Trabajo en equipo, Organización, Capacidad de análisis de datos y reportes, Habilidad para tomar, decisiones, Orientación al cliente, Creatividad e innovación, Comunicación efectiva.

Estudio legal

Figura Legal.

Constitución como persona jurídica, sociedad por acciones simplificada. Esta modalidad de constitución legal permite crearse de manera fácil, se puede crear bajo documento privado ahorrando tiempo y dinero, así mismo permite que la responsabilidad entre los socios sea limitada a los aportes.

Obligaciones tributarias de las SAS.

Las SAS son responsables del impuesto sobre la renta y sus complementarios, que se paga anualmente. Hoy en día pagan el 33 % de renta.

Responden por IVA, según lo que indica el artículo 420 del Estatuto Tributario. Este se cancela cada bimestre si es un gran contribuyente. El resto lo deben cancelar cada 4 meses.

También pagan el impuesto de Industria y Comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas. Además tienen la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA.

Beneficios de la sociedad por acciones simplificada.

1. Limitación de responsabilidad
2. Estructura flexible en su capital
3. Autonomía para los estatutos y normas
4. Fomento del crecimiento de las PYMES
5. Se otorga expediente electrónico

Estudio financiero

Plan de Inversión

Tabla 2. Plan de Inversión

ACTIVOS FIJOS	MONTO	FONDOS PROPIOS	FINANCIAMIENTO
Maquinaria y Equipo			-
Material de peinados	\$ 250.000	\$ 250.000	
Cama Para Masajes	\$ 1.800.000		\$ 1.800.000
Kit manicura - pedicura	\$ 300.000	\$ 300.000	
Planchas, secadores	\$ 800.000		\$800.000
Material tinturas	\$ 300.000	\$ 300.000	
Muebles y encerres			
Televisores	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000
Sillas Manicura	\$ 600.000		\$ 600.000
Equipo sonido	\$ 500.000		\$ 500.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 5.550.000	\$ 850.000	\$ 4.700.000
CAPITAL DE TRABAJO			
Efectivo	\$ 500.000	\$ 500.000	
Inventario Inicial			
Secador	\$ 90.000		
Plancha	\$ 150.000		
Kit peinados	\$ 200.000		
Personal	\$ 2.800.000	\$ 1.000.000	
TOTAL CAPITAL TRABAJO	\$ 3.740.000	\$ 1.500.000	\$ 2.240.000
ACTIVOS NOMINALES			
Constitución	\$ 4.650.000		\$ 4.650.000

Póliza	\$ 3.100.000		\$ 3.100.000
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	\$ 7.750.000	\$ 2.000.000	\$ 5.750.000
GRAN TOTAL	\$ 17.040.000	\$ 4.350.000	\$ 12.690.000
DIFERENCIA POR FINANCIAR			\$ 12.690.000,00

Plan de Financiación

Como se puede observar en la Tabla 2. Plan de Inversión, para iniciar la operación del salón de belleza MariaCaro se debe contar con un capital de \$17.040.000, de los cuales se tuvo que financiar \$12.690.000 y por activos y ahorros propios se contaba con una inversión de \$4.350.000.

De ahorros propios se cuenta con \$4.350.000, distribuidos en personal y maquinaria y equipo.

Los fondos personales es decir los \$4.350.000 fueron puestos por los socios que conforman el salón de belleza. La entidad bancaria quien financio el valor de \$12.690.000 fue el Banco Davivienda, con una tasa efectiva anual del 2.86% diferida a 24 meses.

Costos

Tabla 3. Costos

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Costos fijos de producción	DIARIO	MENSUAL
Peinados	\$ 60.000	\$ 1.800.000
Cepillados	\$ 30.000	\$ 900.000
Manicura pedicura	\$ 80.000	\$ 2.400.000
Tintes	\$ 330.000	\$ 9.900.000
Mano de obra	\$ 40.000	\$ 1.200.000
Costos variables de Producción		-
Servicios	\$ 27.000	\$ 810.000
Materia prima	\$ 14.000	\$ 420.000
COSTO TOTAL	\$ 581.000	\$ 17.430.000

Tabla 4. Costo total Unitario

COSTO TOTAL UNITARIO	
Costo unitario de materiales	\$ 14.000
costo unitario mano de obra	\$ 9.000
Costo unitario CIF	\$ 5.000
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 28.000

$$\text{(PV) Precio de venta : } \frac{\$28.000}{1-25\%} = \$37.333$$

Gastos

Tabla 5. Gastos Fijos

CALCULO DE GASTOS FIJOS	
Arriendo	\$ 800.000
Salarios	\$ 2.800.000
Servicios	\$ 810.000
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 4.410.000

Tabla 6. Gastos Operativos

CALCULO DE GASTOS OPERATIVOS	
Arreglo Secadores	\$ 90.000
Arreglo muebles	\$ 120.000
Compra Insumos	\$ 200.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 410.000

Ingresos

	% ind	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total anual
Estudio ventas netas	25%	\$7.466.600	\$9.333.250	\$11.666.563	\$14.583.203	\$18.229.004	\$22.786.255	\$28.482.819	\$35.603.523	\$44.504.404	\$55.630.505	\$69.538.131	\$86.922.664	\$404.746.921
Coste de ventas	1,5 %	\$37.333	\$37.893	\$38.461	\$39.038	\$39.624	\$40.218	\$40.822	\$41.434	\$42.055	\$42.686	\$43.326	\$43.976	\$486.868
Beneficio Bruto		\$7.429.267	\$9.295.357	\$11.628.101	\$14.544.165	\$18.189.380	\$22.746.037	\$28.441.997	\$35.562.089	\$44.462.349	\$55.587.819	\$69.494.805	\$86.878.688	\$404.260.053
Gastos controlables:														
Sueldo y salarios	2,8 %	\$2.800.000	\$2.878.400	\$2.958.995	\$3.041.847	\$3.127.019	\$3.214.575	\$3.304.583	\$3.397.112	\$3.492.231	\$3.590.013	\$3.690.534	\$3.793.869	\$39.289.178
Gastos de nomina	2%	\$1.400.000	\$1.428.000	\$1.456.560	\$1.485.691	\$1.515.405	\$1.545.713	\$1.576.627	\$1.608.160	\$1.640.323	\$1.673.130	\$1.706.592	\$1.740.724	\$18.776.926
Legales y contabilidad		\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$960.000
Publicidad	1%	\$50.000	\$50.500	\$51.005	\$51.515	\$52.030	\$52.551	\$53.076	\$53.607	\$54.143	\$54.684	\$55.231	\$55.783	\$634.125
Viajes/vehículos	1%	\$60.000	\$60.600	\$61.206	\$61.818	\$62.436	\$63.061	\$63.691	\$64.328	\$64.971	\$65.621	\$66.277	\$66.940	\$760.950
Cuota suscripciones		\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000
Servicios Públicos	2%	\$810.000	\$826.200	\$842.724	\$859.578	\$876.770	\$894.305	\$912.192	\$930.435	\$949.044	\$968.025	\$987.385	\$1.007.133	\$10.863.793
Varios	5%	\$20.000	\$21.000	\$22.050	\$23.153	\$24.310	\$25.526	\$26.802	\$28.142	\$29.549	\$31.027	\$32.578	\$34.207	\$318.343
Total gastos controlables		\$5.320.000	\$5.444.700	\$5.572.540	\$5.703.602	\$5.837.970	\$5.975.731	\$6.116.971	\$6.261.784	\$6.410.261	\$6.562.500	\$6.718.598	\$6.878.656	\$72.803.314
Gastos fijos:														
Alquiler		\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$9.600.000
Depreciación		\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$7.200.000
Seguro		\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$103.333	\$1.239.996
Permiso licencias		\$2.120.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pagos de prestamos		\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$528.750	\$6.345.000
Varios	2%	\$100.000	\$102.000	\$104.040	\$106.121	\$108.243	\$110.408	\$112.616	\$114.869	\$117.166	\$119.509	\$121.899	\$124.337	\$1.341.209
Total de gastos fijos		\$4.252.083	\$2.134.083	\$2.136.123	\$2.138.204	\$2.140.326	\$2.142.491	\$2.144.699	\$2.146.952	\$2.149.249	\$2.151.592	\$2.153.982	\$2.156.420	\$27.846.205
Gastos totales		\$9.572.083	\$7.578.783	\$7.708.663	\$7.841.806	\$7.978.297	\$8.118.222	\$8.261.671	\$8.408.736	\$8.559.510	\$8.714.092	\$8.872.580	\$9.035.077	\$100.649.519
Beneficios y perdidas netos antes de impuesto		-\$2.142.816	\$1.716.574	\$3.919.438	\$6.702.359	\$10.211.083	\$14.627.815	\$20.180.326	\$27.153.354	\$35.902.838	\$46.873.727	\$60.622.225	\$77.843.611	\$303.610.534
Impuestos	35%	-\$749.986	\$600.801	\$1.371.803	\$2.345.826	\$3.573.879	\$5.119.735	\$7.063.114	\$9.503.674	\$12.565.993	\$16.405.804	\$21.217.779	\$27.245.264	\$106.263.687

Análisis del punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Punto de Equilibrio	288.564.277	317.109.037	335.033.690	353.829.207	373.554.697	1.645.595.255

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
Salón de Belleza MariaCaro						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	449.160.000	461.287.320	473.742.078	486.533.114	499.669.508	2.370.392.019
Menos:						
Costo de Venta	351.924.145	363.176.895	374.803.409	386.816.380	399.228.936	1.875.949.766
Compras Mp / Inventarios	229.686.000	237.725.010	246.045.385	254.656.974	263.569.968	1.231.683.337
Nomina Operativa	67.198.145	68.502.985	69.833.413	71.189.934	72.573.063	349.297.540
Costos indirectos de fabricacion	54.540.000	56.448.900	58.424.612	60.469.473	62.585.904	292.468.889
Depreciación Operativa	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	2.500.000
Utilidad Bruta en Ventas	97.235.855	98.110.425	98.938.668	99.716.733	100.440.572	494.442.253
Menos:						
Gastos de Administración	76.270.225	79.504.571	82.799.292	86.160.115	89.588.977	409.173.181
Amortización de Diferidos	-2.496.000	424.000	424.000	424.000	424.000	-800.000
Utilidad Operacional	23.461.630	18.181.854	15.715.376	13.132.618	10.427.595	80.919.073
Menos: Gastos Financieros	362.934	294.382	230.215	164.212	96.322	1.148.064
Util Antes de Impuestos	23.098.696	17.887.472	15.485.161	12.968.406	10.331.274	79.771.009
Menos Provisión de Impuestos	0	0	3.871.290	6.484.203	7.748.455	18.103.949
Utilidad Neta	23.098.696	17.887.472	11.613.871	6.484.203	2.582.818	61.667.060
Punto de Equilibrio	288.564.277	317.109.037	335.033.690	353.829.207	373.554.697	1.645.595.255

Balance general

ESTADOS FINANCIEROS

BALANCE GENERAL

Salón de Belleza MariaCaro

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	-3.023.333	10.539.537	17.734.791	20.229.183	19.284.016	16.024.980

Cuentas Por Cobrar		22.458.000	23.064.366	23.687.104	24.326.656	24.983.475
Inventarios						
Total Activos Corrientes		32.997.537	40.799.157	43.916.287	43.610.671	41.008.455
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Equipos Computo y comunic	1.650.000	1.650.000	1.650.000	1.650.000	1.650.000	1.650.000
Muebles y Enseres	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Vehículos		0	0	0	0	0
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	5.150.000	5.150.000	5.150.000	5.150.000	5.150.000	5.150.000
(-) Depreciación Acumulada		1.030.000	2.060.000	3.090.000	4.120.000	5.150.000
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	5.150.000	4.120.000	3.090.000	2.060.000	1.030.000	0
Activos Diferidos	2.120.000	1.696.000	1.272.000	848.000	424.000	0
TOTAL ACTIVOS	4.246.667	38.813.537	45.161.157	46.824.287	45.064.671	41.008.455
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores		36.749.760	38.036.002	39.367.262	40.745.116	42.171.195
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo plazo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	3.871.290	6.484.203	7.748.455
Total pasivos Corrientes	0	36.749.760	38.036.002	43.238.552	47.229.319	49.919.650
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		44.916.000	46.128.732	47.374.208	48.653.311	49.966.951
Total pasivos No Corrientes		44.916.000	46.128.732	47.374.208	48.653.311	49.966.951
TOTAL PASIVOS	0	81.665.760	84.164.734	90.612.760	95.882.630	99.886.601
PATRIMONIO						
Capital	4.246.667	4.246.667	4.246.667	4.246.667	4.246.667	4.246.667
Utilidades Retenidas		0	20.788.826	36.887.551	47.340.035	53.175.817
Utilidades del Ejercicio		23.098.696	17.887.472	11.613.871	6.484.203	2.582.818
TOTAL PATRIMONIO		-42.852.223	-39.003.576	-43.788.472	-50.817.959	-58.878.146
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		38.813.537	45.161.157	46.824.287	45.064.671	41.008.455

ANÁLISIS VERTICAL - BALANCE GENERAL					VARIACIÓN ABSOLUTA - BALANCE GENERAL			
Salón de Belleza MariaCaro					Salón de Belleza MariaCaro			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
27,2%	39,3%	43,2%	42,8%	39,1%	7.195.254	2.494.392	-945.168	-3.259.036
57,9%	51,1%	50,6%	54,0%	60,9%	606.366	622.738	639.552	656.820
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0
85,0%	90,3%	93,8%	96,8%	100,0%	7.801.620	3.117.130	-305.616	-2.602.216
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0
3,9%	3,3%	3,2%	3,3%	3,7%	0	0	0	0
4,3%	3,7%	3,5%	3,7%	4,0%	0	0	0	0
5,2%	4,4%	4,3%	4,4%	4,9%	0	0	0	0
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0
13,3%	11,4%	11,0%	11,4%	12,6%	0	0	0	0
2,7%	4,6%	6,6%	9,1%	12,6%	1.030.000	1.030.000	1.030.000	1.030.000
10,6%	6,8%	4,4%	2,3%	0,0%	-1.030.000	-1.030.000	-1.030.000	-1.030.000
4,4%	2,8%	1,8%	0,9%	0,0%	-424.000	-424.000	-424.000	-424.000
100%	100%	100%	100%	100%	6.347.620	1.663.130	-1.759.616	-4.056.216
							0	0
							0	0
45,0%	45,2%	43,4%	42,5%	42,2%	1.286.242	1.331.260	1.377.854	1.426.079
					0	0	0	0
					0	0	0	0
					0	0	0	0
0,0%	0,0%	4,3%	6,8%	7,8%	0	3.871.290	2.612.913	1.264.252
45,0%	45,2%	47,7%	49,3%	50,0%	1.286.242	5.202.550	3.990.767	2.690.331
					0	0	0	0
					0	0	0	0
55,0%	54,8%	52,3%	50,7%	50,0%	1.212.732	1.245.476	1.279.104	1.313.639
55,0%	54,8%	52,3%	50,7%	50,0%	1.212.732	1.245.476	1.279.104	1.313.639
100%	100%	100%	100%	100%	2.498.974	6.448.026	5.269.870	4.003.971

Flujo de caja

Salón de Belleza MariaCaro						
FLUJO DE CAJA						
	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		404.244.000	415.158.588	426.367.870	437.879.802	449.702.557
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		192.936.240	199.689.008	206.678.124	213.911.858	221.398.773
Nómina Operativa		67.198.145	68.502.985	69.833.413	71.189.934	72.573.063
Costos Indirectos de Fabricación		54.540.000	56.448.900	58.424.612	60.469.473	62.585.904
Gastos Admon y Ventas		76.270.225	78.474.571	80.739.292	83.070.115	85.468.977
Pago de Impuesto de Renta		0	0	3.871.290	6.484.203	7.748.455
Pago de Dividendos			2.309.870	1.788.747	1.161.387	648.420
Pago de deuda		2.759.853	2.538.000	2.538.000	2.538.000	2.538.000
Total egresos de Efectivo		393.704.463	407.963.334	423.873.478	438.824.970	452.961.593
Flujo Neto de efectivo Operativo		10.539.537	7.195.254	2.494.392	-945.168	-3.259.036
Inversiones	-4.350.000					
Flujo Neto Total	-4.350.000	10.539.537	7.195.254	2.494.392	-945.168	-3.259.036
Mas: Saldo Inicial de Caja			10.539.537	17.734.791	20.229.183	19.284.016
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		10.539.537	17.734.791	20.229.183	19.284.016	16.024.980

Indicadores de evaluación

 Indicadores Salón de Belleza MariaCaro	
TIO (Tasa Interna de oportunidad)	23%
Tasa Interna de Retorno (TIR)	201,7%
Valor Presente Neto (VPN)	8.744.556
Valor Presente Neto (Ingresos)	1.455.376.373
Valor Presente Neto (Egresos)	1.439.270.069
Relación Beneficio Costo	1,01

Lecciones aprendidas y recomendaciones

Este proyecto es viable, ya que diariamente las mujeres principalmente nos preocupamos por estar arregladas, principalmente cuando de una reunión o un evento se trata, buscamos la manera de resaltar nuestra belleza y gracias al salón de belleza María Caro, podemos encontrar todo lo necesario para quedar como siempre lo soñamos.

Por medio de la tasa interna de retorno, podemos deducir que el crecimiento del salón de belleza María Caro está muy bien encaminado pues anualmente representa un 201,7% que es el porcentaje anual que el proyecto está retornando al inversionista, a simple vista percibimos la viabilidad del proyecto.

Otra ventaja positiva que presenta el proyecto, es la capacidad de generar empleo, por medio de su innovación, valor agregado y la buena referencia de fidelización de clientes que tiene, se puede pensar en la expansión del salón de belleza, permitiendo abrir más sedes y así atraer no solo más clientes si no más beneficios económicos.

En relación al beneficio costo, aunque es del 1.01 podemos deducir que los ingresos del salón de belleza María Caro, se distribuyen casi por igual en los ingresos y egresos, generando una satisfacción que permite mantener la vigencia del establecimiento sin preocupaciones ya que los egresos se encuentran normalizados dentro de los ingresos del mismo.

Referencias.

Díaz.R.(2015).MasterBusiness,Autoaprendizajetransformacional.Pág.25

<https://www.masterbusiness.com.ec/>

ELPAIS.(2019).Economía,constituciónlegal.Fuente<https://www.elpais.com.co/>

Ortiz.A.(2017).EspecializaciónenGestiónparaelDesarrolloEmpresarial,modelode

negocio<https://repository.usta.edu.co/>

Shek Munz, (2013). El enfoque de gestión de proyectos en las organizaciones dedicadas a proyectos de investigación. Caso: Grupo de Investigación GIRH *Revista Escuela de*

Administración de Negocios, núm. 74, enero-junio, 2013, pp. 152-161 Universidad
EAN Bogotá, Colombia, fuente: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20628498010.pdf>

THUYA.(2017).Modelodenegocioinnovador,Formaciónprofesional,recuperadode
<https://escuela.thuya.com/>

Villamizar. Rojas Contreras. & Sánchez Delgado. (2013). Modelo de investigación en
gestión de proyectos para la investigación en ingeniería. *Revista Escuela
administración de negocios*. No. 74 Enero-Julio Bogotá, Pp. 54-71. Fuente:
<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n74/n74a05.pdf>