

Plan de Empresa: Plataforma Móvil ME

Diana Katherine Guerrero Rodriguez

Universidad ICESI.
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
Maestría en Administración
Cali, Diciembre 2017

Plan de Empresa: Plataforma Móvil ME

Diana Katherine Guerrero Rodriguez

Trabajo de Grado para optar por el título de Máster en Administración

Dirigido por: Ana Lucia Alzate A.

Universidad ICESI.
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
Maestría en Administración
Cali, Diciembre 2017

Contenido

	Pág.
Resumen Ejecutivo	7
1. Análisis de Mercado	11
1.1. Análisis del Sector	11
1.2. Análisis del Mercado Propiamente Dicho	18
1.2.1. Producto/Servicio	18
1.2.2. Clientes	21
1.2.3. Competencia	24
1.2.4. Tamaño de Mercado	27
1.2.4.1. Tamaño de la muestra a encuestar	31
1.2.4.2. Fracción del mercado	32
1.2.5. Plan de Mercado	33
1.2.5.1. Estrategia de ventas	33
1.2.5.2. Estrategia Promocional	35
1.2.5.3. Estrategia de Distribución	36
1.2.5.4. Estrategia de Precios	37
1.2.6. Política de servicio	38
2. Análisis Técnico	39
2.1. Análisis del producto	39
2.1.1. Puntos de control	40
2.2. Diagrama de flujo	44
2.3. Facilidades	44
2.4. Equipos	45
2.5. Proveedores	46
2.6. Cronograma de Implementación	47
3. Análisis Administrativo	47
3.1. Grupo Empresarial	47

3.2. Análisis de la Organización	47
3.3. Análisis de los Empleados	49
3.4. Organizaciones de Apoyo	51
4. Análisis Legal	52
4.1. Tipo de sociedad	52
4.2. Costos de constitución de la empresa	53
4.3. Elementos y normas especiales	54
4.4. Registro de marca	55
5. Análisis Social	56
6. Análisis Ambiental.	56
7. Análisis de Valores Personales	57
8. Análisis Económico	57
8.1. Proyección de ventas	57
8.2. Plan de compras y gastos	60
8.3. Análisis del punto de equilibrio	61
9. Análisis financiero	62
9.1. Flujo de Caja	62
9.2. Estado de Resultados	64
9.3. Balance General	65
10. Análisis de Riesgos	66
10.1. Riesgo de Mercado	66
10.2. Riesgo Técnico	67
10.3. Riesgo Financiero	67
11. Análisis de Sensibilidad	68
12. Evaluación del Proyecto	70
13. Conclusiones	72
14. Anexos	74
Anexo 1: Encuesta realizada a usuarios del segmento de mercado objetivo	74
15. Bibliografía	75

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1: Cuadro comparativo competencia	27
Tabla 2: Cantidad de personas por estrato y comuna en la Ciudad de Cali	30
Tabla 3: Cantidad de servicios a ofrecer promedio por ME (Mensual)	33
Tabla 4: Tarifas servicios de Belleza ME	37
Tabla 5: Perfil Estilista ME	41
Tabla 6: Cronograma de Implementación	47
Tabla 7: Recurso Humano ME	50
Tabla 8: Distribución Salario Recurso Humano	51
Tabla 9: Proyección de Ventas año 2018	58
Tabla 10: Proyección de Ventas año 2019	58
Tabla 11: Proyección de Ventas año 2018-2021	59
Tabla 12: Elementos a comprar para el desarrollo de las funciones de ME	60
Tabla 13: Punto de Equilibrio	61
Tabla 14: Flujo de Caja 2018	62
Tabla 15: Flujo de Caja 2019	62
Tabla 16: Flujo de Caja 2018-2021	63
Tabla 17: Estado de Resultados	64
Tabla 18: Balance General	65
Tabla 19: Relacion Sensibilidad Costo vs Precio de servicio	68
Tabla 20: Relacion Sensibilidad Costo vs Cantidad de servicio	69
Tabla 21: Escenarios Optimista y Pesimista	70
Tabla 22: Flujo de Caja Neto	70

Índice de Gráficos

	Pág.
Gráfico 1: Ingresos de las Actividades de Servicios en Colombia	11
Gráfico 2: Ocupación en Actividades de Servicios en Colombia	12
Gráfico 3: Evolución y Proyección del sector belleza en Colombia	13
Gráfico 4: Publicidad Servicios Domicilio (Internet)	24
Gráfico 5: Publicidad Servicios Domicilio (Internet)	24
Gráfico 6: Pirámide de Población Total Ciudad Santiago de Cali	29
Gráfico 7: Diagrama de Flujo ME	44
Gráfico 8: Organigrama de la Organización	48

RESUMEN EJECUTIVO

Este documento tiene el propósito de exponer las diferentes etapas utilizadas para el levantamiento de un plan de empresa, enfocada en servicios a domicilios en el sector de la belleza. El contenido contemplará los diferentes análisis para el desarrollo de empresa como: análisis de mercadeo, técnico, administrativos, legal, social, ambiental, administrativo, financiero, etc.

La empresa desarrollará una aplicación móvil llamada **Me** que permitirá solicitar inicialmente solo tres servicios de belleza a domicilio: cepillado del cabello, peinados y maquillaje del rostro. La aplicación funcionará como un puente para conectar demanda y oferta, siendo una excelente alternativa para todas aquellas mujeres de la ciudad de Santiago de Cali que requieran de estos servicios y que tienen poca disponibilidad de tiempo para desplazarse y esperar por un turno en un salón de belleza.

La aplicación se podrá descargar de forma gratuita al celular, disponible para equipos Android e IOS. Teniendo presente que muchos usuarios abandonan el uso de alguna web por detalles de la misma, se tendrá dentro del desarrollo especial cuidado en la elaboración de la interfaz de la App; lograr simplicidad, detalles y generar experiencias en la Interfaz deberá redundar en que los usuarios finales se identifiquen con la aplicación en su conjunto.

El grupo empresarial **Me** está compuesto por la autora de este documento. La autora, ingeniera Industrial de la Universidad Autónoma de Occidente y Magister en administración de negocios de la Universidad Icesi, cuenta con experiencia laboral en la

Industria del Valle del Cauca, donde se ha desarrollado en las áreas de compras, servicio al cliente y comercial. Experiencia que le brindan el soporte para el desarrollo de la idea de negocio **Me**.

La fortaleza de la aplicación **Me**, es ofrecer a las mujeres de la ciudad de Santiago de Cali, el espacio de poder continuar disfrutando sus momentos de belleza a través de un servicio que llegue al lugar donde se encuentren y evitar posponer estas citas con la presentación, belleza y glamour por no tener el tiempo disponible de desplazamientos hacia salones de belleza. La idea **Me** buscará mejorar en los estilistas que hagan parte de la misma, en mejorar sus ingresos laborales, en comparación con sus actuales contratos donde los beneficiados son los dueños de los salones de belleza.

El proyecto cuenta con un capital inicial de 130.000.000 Millones de pesos colombianos, de los cuáles 80.000.000 millones de pesos colombianos serán aportados por la gestora del proyecto y 50.000.000 millones de pesos, se financiarán con una entidad bancaria. El proyecto entregará una TIR de 36.51%, una VPN de 106.678.073 pesos colombianos y el capital se recupera aproximadamente en tres años de iniciar labores. Se espera que el negocio arranque operaciones en el primer trimestre del año 2018.

EXECUTIVE SUMMARY

The application This document has the purpose of exposing the different stages used for the lifting of a business idea, focused on home services in the beauty sector. The content will contemplate the different analyzes that contemplate the requirements for the development of a company: analysis of marketing, technical, administrative, legal, social, environmental, administrative, financial, etc.

The company will develop a mobile application called Me that will allow initially to request only three beauty services at home: brushing hair, hairstyles and face makeup. The application will work as a bridge to connect demand and supply, being an excellent alternative for all those women from the city of Santiago de Cali who require these services and who have little time available to travel and wait for a shift in a beauty room.

The application can be downloaded for free to the cell phone, available for Android and IOS devices. Bearing in mind that many users abandon the use of a website for details of it, special care will be taken in the development of the interface of the App; Achieving simplicity, details and generating experiences in the Interface should result in the end users identifying with the application as a whole.

The business group Me is composed of the author of this document. The author, Industrial engineer of the Autonomía University of the West and Magister in business administration of the Icesi University, has work experience in the Valle del Cauca Industry, where she has

developed in the areas of purchasing, customer service and commercial. Experience that provide support for the development of the business idea Me.

The strength of the application Me, is to offer women in the city of Santiago de Cali, the space to continue enjoying their moments of beauty through a service that reaches the place where they are and avoid postponing these appointments with the presentation, beauty and glamor for not having the time available to travel to beauty salons. The idea will seek to improve the stylists who are part of it, to improve their labor income, compared to their current contracts where the beneficiaries are the owners of beauty salons.

The project starts with an initial capital of 130,000,000 Colombian pesos, of which 80,000,000 Colombian pesos will be contributed by the project manager and 50,000,000 pesos will be financed with a bank. The project will provide an TIR of 36.51%, a VPN of 106,678,073 Colombian pesos and capital recovers approximately three years after starting work. The business is expected to start operations in the first quarter of 2018.

1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1 Análisis del sector

El proyecto “**Aplicación Me**” me siento bien, pertenece al sector belleza y se enmarca dentro del sector terciario o sector de servicios. Este sector está relacionado con la oferta y realización de servicios personales y servicios de salud. (Belleza, Subdivisión Sector belleza, 2017) Según las estadísticas del DANE (ver gráfico No.1 Ingresos de las actividades de servicios Colombia, según subsector Variación anual (%) trimestre III 2016) para el tercer trimestre de 2016, comparado con igual período del año anterior, los servicios de salud presentaron un aumento de sus ingresos nominales hasta del 9.2%, ubicándose dentro del análisis como el segundo subsector de mayores ingresos en el periodo analizado.

Gráfica No.1: Ingresos de las Actividades de servicios en Colombia.



Por el lado del empleo (gráfica No.2 Ocupación en actividades de servicios en Colombia), según subsector Variación anual (%) trimestre III 2016) se observa que igualmente el servicio de salud presentó una variación positiva aportando para el sector de servicios un aumento en el 2.5%. (ANDI, 2016).

Gráfica No.2: Ocupación en actividades de servicios en Colombia

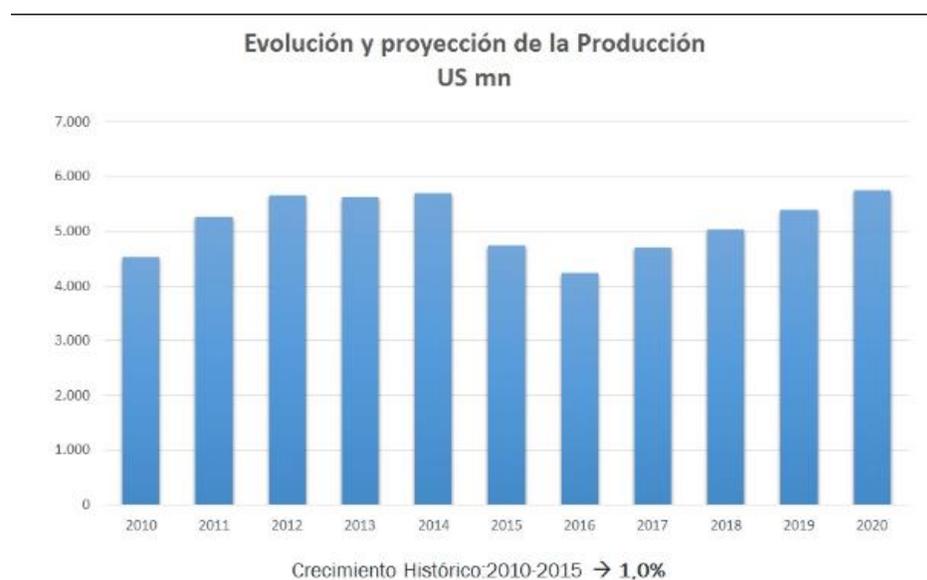


En resumen se observa que el sector de servicios en Colombia presenta un aumento en ingresos e igualmente un aumento del personal ocupado en los diferentes componentes del sector. Analizando de lo general a lo particular, los servicios personales en belleza son aquellos realizados en establecimientos comerciales (barberías, **peluquerías**, salas de belleza, centros de estética, spa, etc.) por personas que cuentan con idoneidad al recibir una acreditación para desempeñar la respectiva ocupación, oficio o profesión. (Belleza, Sector Belleza - Bogotá, 2017).

Según la revista Salón Pro (La revista No.1 para gerentes de peluquerías y Salones de belleza) “El negocio de la belleza mueve miles de millones de dólares alrededor del mundo cada año y ha llegado a convertirse en un sector pujante para el crecimiento de la economía mundial”. (SalonPro, 2017)

Desde el año 2000 el Sector de la belleza en Colombia ha experimentado un gran crecimiento en términos de producción, ventas y comercio exterior. Este sector se caracteriza por la heterogeneidad en el tamaño, la composición del capital, las características tecnoproductivas, la diversificación en las líneas de producción, así como por el gran número de empresas que lo componen (ANDI, Estudios y estadísticas "Cifras del sector de belleza en Colombia", 2017). Como se puede observar en el gráfico 3, evolución y proyección del sector en Colombia, este sector presenta un crecimiento importante.

Gráfica No.3: Evolución y proyección del sector belleza en Colombia



Pero lo mejor es que las expectativas son crecientes. **Según Invest In Bogotá** (Procolombia, 2015), **“Colombia es el quinto país más grande en el negocio de belleza y el cuidado personal en América Latina después de Brasil, México, Argentina y Venezuela”**.

Las ventas del sector crecieron a una tasa de 7% entre 2009 y 2015. Las causas de esos crecimientos se deben principalmente a:

- Creciente participación de las mujeres en el mercado laboral. El mercado laboral está compuesto en un 54% de mujeres. la segunda fuerza laboral femenina más alta de la región. Fedesarrollo, 2015
- En Colombia el número de mujeres gerentes excede a países Latinoamericanos y algunos países desarrollados como Canadá, Reino Unido, Alemania, Japón y Francia.
- En los últimos 4 años la dinámica de exportación de cosméticos desde Colombia ha sido positiva, registrando un crecimiento promedio anual del 6,9% desde 2010. Las exportaciones de Colombia representan el 10,5% de las exportaciones totales de América Latina y el Caribe. (Procolombia, 2015)

Las cifras en el sector de la belleza son contundentes. **Colombia ha alcanzado un tamaño de mercado aproximadamente de US\$4.051 millones**, con un gasto per cápita de US\$ 83,8 y las proyecciones apuntan a que el mercado alcanzará un valor aproximado de US\$5.274 millones en 2018, aumentando en promedio anual de 5,4%”. (DINERO, 2015)

Desde la industria de productos cosméticos, pasando por procedimientos y cirugías estéticas hasta los salones de belleza y **peluquerías**, es posible encontrar un amplio

mercado de productos y servicios así como de usuarios. Pese a que el mercado colombiano de los salones de belleza y peluquerías se comporta de manera similar, no es posible desconocer que la informalidad es una de las grandes protagonistas del sector. (SalonPro, 2017)

En cuanto al sector de los salones de belleza y peluquerías, en Colombia las cifras son más bien escasas y poco concordantes, mientras la Cámara de Comercio de Bogotá tiene registrados un total de 5.977 peluquerías o salones de belleza, un censo realizado por la firma especializada Servinformación arroja un total de 8.342 establecimientos de este tipo en la capital; de las cuales, sólo cien se encuentran afiliadas a Fenalco. Según datos de Servinformación, en Colombia hay un total de 25.972 peluquerías o salones de belleza, de los cuales 3.525 se encuentran en Cali (Si se toma en particular la ciudad de Cali, se tiene por informaciones que en un conteo total de 37.008 diferentes negocios que hay en la capital vallecaucana, ocupando el segundo lugar, se encuentran los salones de belleza con un 7.22% del total de negocios, es decir 2.672 salones), 716 en Barranquilla, 2.356 en Medellín, 647 en Bucaramanga, y 381 en Cartagena, entre otras ciudades del país. Según la Asociación Nacional de Industriales ANDI, “En Colombia funcionan alrededor de 100.000 salones de belleza que dan trabajo a cerca de 180.000 personas entre estilistas, manicuristas y pedicuristas, al tiempo que la estética genera en el país 17.000 empleos directos y más de 80.000 indirectos”. A su vez el Departamento Administrativo de Estadística, DANE certifica que cerca de un millón de colombianos viven del negocio de la belleza y el cuidado personal en el país. Como se puede observar las cifras como se decía antes no son muy concordantes entre fuentes de información. (SalonPro, 2017)

La oferta en los salones de belleza y peluquerías en Colombia es muy variada pues es posible encontrar establecimientos que ofrecen los servicios básicos de corte, peinado, color, manicure y pedicure, con productos de diferentes calidades, así como los que han ido más allá y ofrecen un portafolio integral con servicios de spa, estética, y asesoría de imagen, entre otros. De igual manera los precios son muy variables pues hay diferentes tipos de negocios, bien sean establecimientos que buscan generar volumen por medio de valores económicos, que ofrecen servicios desde los cuatro mil hasta los 80 mil pesos, como también existen establecimientos en los que cada uno de los detalles cuenta, desde el lugar de ubicación del mismo, el local, la decoración, los productos y marcas que se usan y se venden, y la contratación y formación de profesionales altamente capacitados y actualizados en las últimas tendencias, que cuentan con un portafolio de servicios que van desde los siete o diez mil pesos de un champú, pasando por el costo de un manicure alrededor de los 40 mil pesos, cortes de 30 a 50 mil pesos, coloraciones superiores a los 150 mil pesos, etc.

Al haber realizado una breve descripción del impacto económico, participación laboral y segmentación dentro del país en el sector belleza, es conveniente realizar igual un análisis de la estabilidad laboral de los trabajadores en la profesión de la belleza. Según entrevistas y artículos entregados por el Espectador (Espectador, La aplicación que le lleva la peluquería a domicilio, 2017), el panorama de estos no es el más adecuado. “Inexistencia del vínculo laboral, gastos operativos y remuneración a través de comisiones son algunos de sus principales problemas. Los empleados en peluquerías en realidad son trabajadores independientes que deben partir sus ganancias con el dueño del local. El modelo de trabajo

no es tan estable como el de otro empleo, por esto este sector cuenta con mucha informalidad. Un peluquero no tiene ningún vínculo laboral donde trabaja, y lo que gana depende del lugar y de lo que logre negociar con el propietario”.

Antonio Lozano, administrador de la peluquería D’Norberto, explicó que “lo que nos hemos dado cuenta es de que los peluqueros prefieren ser independientes, ellos quieren tener sus propios horarios y la libertad de trabajar a domicilio, si pueden, pues ganan más. En nuestro local ellos producen una cierta cantidad de dinero y se le renta un puesto por cerca de la mitad de lo que ganan, asimismo les cobramos el IVA por el arriendo. El porcentaje es de cerca de entre 40 y 50 %, dependiendo del peluquero. Hemos notado que los buenos peluqueros colombianos se están yendo del país, especialmente a Estados Unidos, España y Australia.” (Barbosa, 2017)

En resumen, el sector de belleza donde se incluyen los servicios de peluquería, visualizan un mercado con tendencia al aumento tanto en ingresos como en ocupación. Es evidente que los organismos encargados de las estadísticas de este mercado presentan inconvenientes en la trazabilidad y censo de los diferentes negocios de este sector en Colombia, por la informalidad en que se crean las diferentes peluquerías y que a su vez no han sido registradas ante los entes oficiales que regulan las mismas. Sin embargo es un aproximado que entrega certeza en que la idea del proyecto está sustentada en un sector viable de demanda y lucro. A su vez este sector presenta una oportunidad de ayudar a los profesionales en peluquería a mejorar sus ingresos, ya que en el momento según las investigaciones comentadas anteriormente, estos profesionales presentan inconvenientes laborales con los dueños de los salones y peluquerías.

1.2 ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

1.2.1. Producto y/o Servicio

Me, es una aplicación móvil que permite solicitar a domicilio los servicios de belleza: cepillado del cabello, peinados y maquillaje del rostro, los cuales serán atendidos por un grupo de expertos estilistas profesionales en estos servicios, validados en el proceso de selección para garantizar al usuario final una completa satisfacción sobre el servicio y atención entregado.

La aplicación funcionará como un puente para conectar demanda y oferta, siendo una excelente alternativa para todas aquellas personas que requieran de estos servicios y que tienen poca disponibilidad de tiempo para desplazarse y esperar por un turno en un salón de belleza. Por otro lado es una muy buena oportunidad de ingreso para estilistas profesionales independientes que buscan organizar sus agendas y conseguir nuevos clientes.

La aplicación se podrá descargar de forma gratuita al celular, disponible para equipos Android e IOS. El usuario una vez ingresa a la aplicación tendrá disponible para su elección: cepillado, peinado y maquillaje con sus respectivas tarifas, los cuales podrá seleccionar por uno, dos o los tres de acuerdo a su necesidad. Seleccionado el servicio, el usuario deberá indicar la siguiente información:

- Cantidad de personas que requieren el servicio.
- Medida del cabello (largo, medio, corto) se incluirán figuras para ilustrar al usuario sobre las medidas del cabello.

- Dirección exacta, fecha y hora de prestación del servicio.
- Forma de pago (Efectivo o Tarjeta de crédito/debito).

Si el método de pago utilizado por el usuario es con tarjeta deberá registrar la información de la misma en el momento que la aplicación lo solicita, reportando la siguiente información bajo su propia responsabilidad:

- Nombre del titular
- Franquicia de la tarjeta
- Entidad emisora de la tarjeta
- Número de la tarjeta,
- Fecha de vencimiento
- Código de seguridad

Después de haber solicitado el o los servicios en la aplicación, el usuario deberá registrarse en Me, relacionando información personal (nombre completo, número de identificación, correo electrónico, número de teléfono móvil, fecha de nacimiento). Una vez se complete el registro, se facilitará una cuenta personal al usuario (correo electrónico) por medio de la cual podrá acceder con la contraseña que defina para el efecto.

La información indicada por el usuario es recibida por un operador en Me, el cual se encargará de lo siguiente: validar la zona de cobertura, contactar al estilista, agendar el servicio, entre otros aspectos. Por medio de la aplicación se notificará y se le proporcionará al usuario la información referente a la persona que prestará el servicio (nombre, número de

cédula, re-confirmación de la dirección, tipo de servicio, precio a pagar y el número de contacto de la persona que prestará el servicio). En caso que la hora y fecha solicitada por el usuario no tenga disponibilidad, se notificará al usuario nuevas opciones de agenda para que el servicio sea nuevamente agendado a la hora y fecha que el usuario tenga disponibilidad.

El estilista acude a prestar el servicio en el sitio solicitado por el usuario y una vez atendido el requerimiento, el usuario podrá ingresar a la aplicación calificar el servicio y enviar un comentario con opiniones o sugerencias.

El esquema de trabajo mencionado con la aplicación de belleza Me, logrará brindar ventajas tanto a estilistas como a los usuarios finales, para los primeros logrando obtener mayores ingresos y la facilidad de manejar sus agendas de trabajo, para los segundos entre los principales beneficios se encuentra ahorro de tiempo en desplazamientos y espera en los salones de belleza, tener un trato personalizado, una alternativa para atender cualquier imprevisto que le impide acudir al salón de belleza, recibir el servicio en la comodidad de su domicilio o en el lugar que más comodidad le ofrezca, excelente alternativa para aquellas personas con cualquier impedimento físico le impide ir al salón de belleza, tener un evento (Boda, Bautizo, Comunión) y querer estar arreglada en ese mismo día y en su casa, facilidades de pago.

Fundamentalmente el propósito de Me, es llevar los servicios de belleza del portafolio al lugar donde el cliente lo necesite.

1.2.2. Clientes

La aplicación móvil Me contempla dos tipos de clientes, los primeros corresponden a los usuarios finales que solicitarán los servicios por la APP y los segundos son los estilistas que acudirán a prestar los servicios.

Ambos grupos de clientes deberán contar con acceso a internet y a la tecnología por medio de dispositivos móviles para poder interactuar con la APP; según una reciente investigación, liderada por IMS (compañía de marketing y comunicaciones digitales) y ComScore, 9 de cada 10 usuarios de internet se conecta a través de un teléfono inteligente. Entre los datos más relevantes del informe se encuentra que los colombianos destinan más de 100 minutos diarios conectados a sus teléfonos inteligentes. Esta tendencia es más alta en los 'millennials', pues de acuerdo con la investigación, esta generación pasa hasta 120 minutos al día interactuando con sus celulares. En cifras exactas, los usuarios colombianos pasan 37,9 horas semanales interactuando con medios en línea, 2,1 horas con revistas, 2,6 horas con periódicos, 5,4 horas con la radio y 7,3 horas con la televisión.

En cuanto a las actividades que realizan los usuarios con sus teléfonos, las más comunes son: redes sociales (88%), mensajería instantánea (86%) y compartir contenidos (78%). (TIEMPO, 2017).

Establecida una inexistencia de brecha entre la interacción de la parte tecnológica y los usuarios de este proyecto, se pasará a definir y especificar los clientes objetivos del mismo:

El primer grupo de clientes corresponde a mujeres entre los 25-64 años de edad, que viven en la ciudad de Cali, nivel socio económico medio y alto, con necesidades en servicio de

belleza profesional, específicamente en cepillados, peinados y maquillaje, que se sienten restringidas de tiempo para desplazarse hasta un salón de belleza para agendarse o esperar por un turno por diferentes circunstancias (mujeres que trabajan , estudian y/o están al cuidado de sus hijos), o que sencillamente prefieren tomar estos servicios desde la comodidad de su hogar.

Según un estudio de campo (Entrevistas) realizadas por la autora de este proyecto a 80 mujeres, el 82 % de ellas les interesaría una aplicación móvil donde puedan solicitar servicios de belleza a domicilio, los beneficios más nombrados con respecto a esta alternativa fueron excelente alternativa para el ahorro de tiempo, comodidad de hogar (especialmente cuando hay hijos) y tiempos cortos en la asistencia de algún evento social.

De mayor a menor los servicios que más solicitarían serían cepillados 34%, peinados 27%, maquillaje 20%, tratamientos capilares y tintes 7% cada uno y por ultimo corte 5%, los servicios con menor porcentaje se descartan del portafolio de Me, porque además de los resultados obtenidos, la mayoría de las mujeres entrevistadas afirmaron no estar dispuestas a cambiar el estilista o peluquero que han cortado sus cabellos por muchos años, y para el servicio de aplicación de tintes y tratamientos capilares argumentan que prefieren por comodidades de espacio, aseo y seguridad trasladarse hasta el salón de belleza.

Otros posibles clientes identificados que harían uso de la plataforma para solicitar servicios relacionados al cuidado del cabello son:

Clientes que presentan problemas de movilidad ya sea física o sea un tema de congestión vehicular (sus salones de belleza quedan alejados de su sitio de acción).

Clientes que cumplen con jornadas de turnos, estudian e igual se dificulta su desplazamiento hacía una peluquería.

Los Estilistas, que hacen parte del otro grupo de clientes, son empleados de salones de belleza o independientes, que están pagando en sus actuales trabajos arriendos y porcentajes altos de lo trabajado a los dueños de las peluquerías y que se ven reflejados dentro de un sector abusado, estilistas certificados que desean manejar sus tiempos laborales acorde a sus necesidades e igualmente para aquellos estilistas que han deseado independizarse pero que han caído dentro del porcentaje de los negocios que al año de funcionamiento han tenido que cerrar. Según Javier Pineda Duque, en su trabajo *Emprendimiento en los salones de belleza: intersecciones de clase y género*; “alrededor del 7% del total de establecimientos se cierran al año”. (Duque, 2010)

De los 10 estilistas entrevistados por la autora de este proyecto, el 100 % le interesaría hacer parte del grupo de estilistas de Me. Sin embargo refieren que es una buena alternativa para ellos, si el porcentaje de ganancia hacia ellos es mayor al promedio que se maneja actualmente en el mercado 50%-60%. Se observa entonces que una situación a favor, es la posibilidad de devengar mayor dinero por parte de los estilistas. Igualmente relacionan como ventaja pertenecer a esta iniciativa por la autonomía que tendrían los trabajadores para manejar su tiempo, la posibilidad de manejar sus propias agendas sin tener que estar todo un turno laboral en un salón de belleza esperando por el ingreso de los clientes.

1.2.3 Competencia

La principal competencia para la idea de negocio la establecen los diferentes salones de belleza que se encuentran diseminados en la ciudad de Cali. Como se dijo anteriormente en la ciudad de Cali, según datos de Servinformación existen alrededor de 3.525 salones de belleza o peluquería. Son salones que han trabajado en el tiempo y han ido consolidando una demanda dada e igualmente han realizado una fidelización de la clientela. Aunque es la principal competencia, puede vislumbrarse que en estos salones exista la mayor cantidad de clientes a trabajar, ya que estos deben desplazarse a través de la congestionada ciudad para llegar a estos salones de belleza.

Según las investigaciones en Internet, en la ciudad de Cali ya existen ideas de negocio que ofertan trabajos de peluquería a domicilio; como se puede observar en los siguientes ejemplos:

Gráfica No.4: Publicidad Servicios a domicilio peluquería (Internet)



ESTILISTA A DOMICILIO

7 Ago

SERVICIO DE PELUQUERIA A DOMICILIO, desde la comodidad de su casa, corte de caballero y dama, niños, aplicación de tinte, rayitos, mechas, balagaye, cepillado y planchado, peinados, KERATINA, IONES,...

Salud - Belleza - Cali

Gráfica No.5: Publicidad Servicios a domicilio peluquería (Internet)



Servicio de peluqueria a domicilio

21 Mayo

Ofrezco los servicios de cortes de cabello, cepillados ect. para hombres, mujeres y niños. Servicio a domicilio, cel. 321 7923320 o 4490222 en cali.

Salud - Belleza - Cali

Se observa que el trabajo a domicilio en este sector ya es algo que se viene ofertando, sin embargo, el punto a revisar en esta opción de negocio es la calidad, profesionalismo, seguridad y confianza que puedan proyectar estos estilistas. Retomando los comentarios del sector, éste, está lleno de informalidad y puede darse que dichos negocios puedan adolecer de estilistas certificados. Esto puede verse como una fortaleza para la idea de negocio ME, la cual contempla un análisis del profesionalismo de los estilistas que van a estar dentro de la red.

Otra competencia que puede volverse amenaza, es una plataforma llamada Mooi, la cual opera en la ciudad de Bogotá y ofrece servicios de peluquería. Ésta fue creada para resolver un problema cotidiano a través de la tecnología que es sin duda una de las consignas del emprendimiento digital. La plataforma Mooi está enfocada a resolver el problema que, por un lado, tienen las mujeres que trabajan, estudian o tienen hijos y que, por lo tanto, cuentan con poco tiempo para dedicarle al cuidado personal. Por otro, están las dificultades a las que se enfrentan muchas profesionales de la belleza, madres también o con otras responsabilidades, para cumplir jornadas de trabajo que comienzan desde muy temprano en los salones de belleza. Mooi es una plataforma digital a través de la cual se pueden agendar servicios de belleza a domicilio. La particularidad es que las mujeres que prestan esos servicios han sido formadas en conocimientos de peluquería y belleza, a través de convenios logrados entre entidades como la Secretaría Distrital de la Mujer de Bogotá, la Fundación Matamoros o la Agencia Colombiana para la Reintegración y la fundación L'Oréal.

La plataforma, que cobra 30% de comisión por servicio, funciona como lo hace una aplicación tipo Uber: no vincula laboralmente sino que sólo conecta oferta y demanda. Permite el pago en efectivo o con datafono. Una de las grandes críticas que han recibido modelos como el de Uber, en el que no hay contratación, es precisamente la calidad del tipo de trabajo no formal que crean. Sin embargo, el argumento a favor es la posibilidad de acercar la demanda con la oferta y la autonomía que tienen los trabajadores para manejar su tiempo. El tema, en muchas partes del mundo y en Colombia, en donde cerca de un millón de personas se emplean en actividades relacionadas con la belleza, sigue siendo un asunto de debate. (Espectador, 2017)

Otro ofertante que utiliza como herramienta una APP es Bohra, que entrega igualmente sus servicios en la ciudad de Bogotá: Bohra asegura que más allá de una aplicación móvil, es un concepto de belleza, responsabilidad social y tecnología. (Calderon, 2014).

Igualmente existen otras aplicaciones para pedir servicios de peluquería a domicilio como ABC Brand Peluquería en la ciudad de Bogotá. (Libre, 2017).

En la ciudad de Cali existe actualmente La Manicurista, empresa que ofrece a domicilio los servicios de Manicure y Pedicure. Actualmente se encuentra enfocada en estos dos servicios, pero tienen armado ya la plataforma y el modelo de negocio que le permitiría a futuro ampliar su portafolio hacía los servicios que atenderá **Me**.

Como se puede observar, ya existen aplicaciones como la que se desea desarrollar en este proyecto que pueden soportar la idea de negocio.

En la tabla No. 1: Cuadro comparativo competencia, se relacionan algunas de las variables para tres de los casos relacionados anteriormente:

Tabla No.1: Cuadro comparativo Competencia

Variables	La Manicurista	Bohra	Peluquería Estilo Europeo
Disponible en	Plataforma Movil IOS, Android	Plataforma Movil IOS, Android, Firefox OS	Local Calle 10 No. 58-07
Cobertura	Cali Próximamente Bogotá	Bogotá	Cali
Experiencia de usuario	Bueno	Bueno	Muy bueno
Servicios que ofrece	Manicure, Pedicure a domicilio	Manicure, Pedicure, Blower a domicilio	Todos los servicios de peluquería Estética Facial y corporal.
Ofrece a los trabajadores (as)	Ninguno. Contrato prestación de servicio, el empleado debe pagar la eps y pensión.	Trabajo estable con prestaciones sociales, apoyo a la educación de los hijos de los profesionales.	Ninguno. Contrato prestación de servicio, el empleado debe pagar la eps y pensión.

Me ofrecerá a los usuarios los servicios a domicilio de cepillado, peinados y maquillaje, siendo la única alternativa como aplicación móvil para ofrecer estos servicios en la ciudad de Cali, garantizando en sus servicios calidad, seguridad, cumplimiento de tiempos y comodidad para los usuarios.

1.2.4 Tamaño del mercado

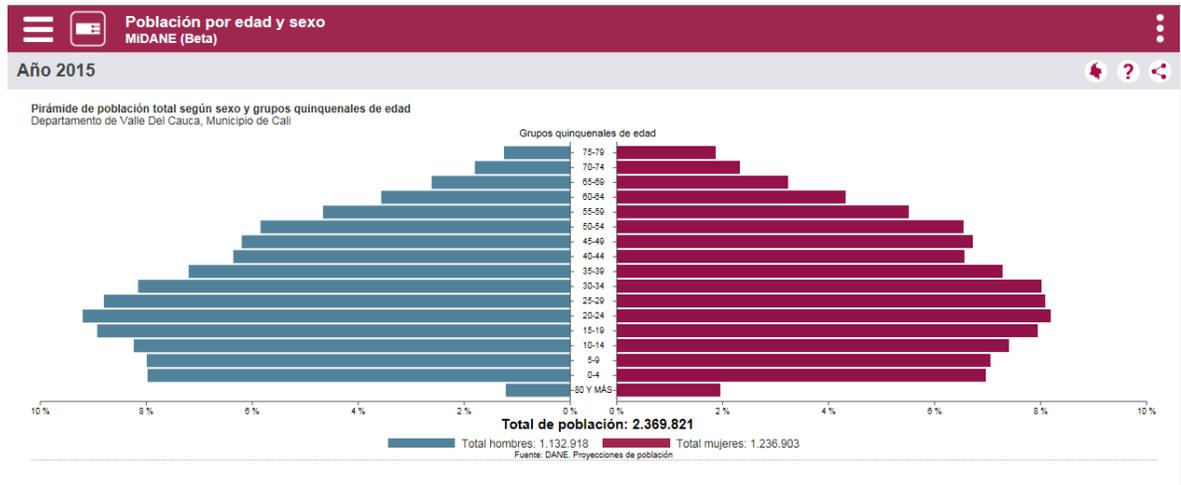
En el punto de los clientes, se dijo que el servicio se direcciona para todas aquellas personas que no cuentan con el tiempo necesario para desplazamientos hacia un salón de belleza por diversas causas. Si se realiza una proyección “de la secuencia normal de vida”, podría establecerse que a partir de los 25 años un colombiano “debería” estar iniciando su

vida laboral (termina su bachiller a los 18 años, siete años de carrera profesional-práctica, se espera su inicio laboral a los 25 años). Con esta proyección el mercado de este proyecto se establecería en personas entre los 25 años de edad y los 64 años donde termina su vínculo laboral. Es claro que saldrán excepciones a lo expresado anteriormente (personas trabajando desde niños, personas que no reciben una formación profesional en su vida, y personas que no llegan a jubilarse, sin embargo, son personas que pueden acceder igualmente a estos servicios) pero el tamaño del mercado se establecerá con mujeres entre los 25 y 64 años de edad (queda abierta la opción hacia hombres que deseen igualmente acceder al servicio Me, pero para el caso estudio no se tomarán dentro del tamaño de mercado a ofertar). Otro factor que se tendrá en cuenta es un rango de estrato en la ciudad de Santiago de Cali, se tendrá en cuenta 3 – 5 de la ciudad.

Para poder establecer un tamaño del universo, se hace necesario tener la cantidad aproximada de personas en la ciudad de Cali y el tamaño del mercado saldrá de la porción que cumplan con los requisitos establecidos anteriormente (mujeres de la ciudad de Santiago de Cali, entre 25 y 64 años y que se encuentren entre los estratos 3 a 5).

Según Dane, la población para 2015 en el Valle del Cauca, Municipio de Santiago de Cali era aproximadamente de 2.369.821 de personas entre mujeres y hombres, este sería el tamaño del universo. Si se toman los valores de cada columna del gráfico No.5 (Población por edad y sexo MIDANE (Beta)) y los llevamos al rango establecido entre 25 y 64 años se obtendría un total de 1.231.373 personas (655.970 mujeres y 575.403 hombres según la pirámide de población MiDANE (Beta). (DANE, 2015)

Gráfica No.6: Pirámide de población total ciudad Santiago de Cali.



Obtenida la población, se debe establecer de esta población, que cantidad hace parte de los estratos 3 – 5 de la ciudad de Santiago de Cali. (Cali, 2015) (ICESI, 2007).

En la tabla No.2 (Cantidad de personas (hombres y mujeres) por estrato y comuna en la ciudad de Cali 2007) se muestran la cantidad de población y la participación de cada estrato por cada comuna de la ciudad de Santiago de Cali.

Tabla No.2: Cantidad de personas (hombres y mujeres) por estrato y comuna en la ciudad de Cali 2007).

COMUNA	CANTIDAD PERSONAS	ESTRATO			TOTAL PERSONAS
		3	4	5	
1	88432	0.0	0.3	0.0	2918
2	114651	6.6	36.2	44.0	91950
3	46400	74.0	2.0	5.0	6310
4	53369	48.0	0.0	0.0	39493
5	112089	98.0	2.0	0.0	56045
6	189837	11.7	0.0	0.0	186040
7	71334	52.0	0.0	0.0	8346
8	102388	74.6	0.0	0.0	53242
9	44994	70.0	0.0	0.0	33566
10	110854	78.9	14.9	0.3	94448
11	107339	72.1	0.1	0.0	84798
12	66881	57.3	0.0	0.0	48221
13	177641	10.0	0.0	0.0	101788
14	172696	0.0	0.0	0.0	17270
15	159369	20.0	0.0	0.0	0
16	107170	0.2	4.0	0.0	25721
17	139665	21.0	20.0	52.0	100838
18	131453	39.0	1.2	0.0	29183
19	112947	5.0	43.0	44.0	142313
20	69331	3.0	0.0	0.0	3467
21	112336	0.0	0.0	0.0	3370
22	11160	0.0	0.3	8.4	971

TOTAL 2,302,336 124 154 1,130,297

PORCENTAJE 49.09

Si se establece con los dos estudios y se hace una proyección de las cifras de manera normal, se obtiene lo siguiente: En el año 2015 el total de personas en la ciudad de Santiago de Cali 2.369.821, de estas 1.231.373 se encuentran entre los 25-64 años y de estos el 53.24% son mujeres, es decir 655.970 mujeres. Ahora si se revisa el estudio de estratos 2007, el 49.09% del total de personas hacen parte de los estratos 3-5. Al tomar los dos resultados se puede decir lo siguiente: Se tiene inicialmente que en la ciudad de Santiago de Cali es de 322.016 mujeres, entre edades 25-64 años y que se encuentran entre los estratos 3-5. Si se desea acotar más, el DANE para el año 2017 muestra que el índice de desempleo

de la ciudad de Santiago de Cali se encuentra en 11,7%, y si se toma este valor como uniforme para los estratos de la ciudad de Cali se tendrían un total de 284.340 mujeres (Tiempo, 2017). Ahora en el análisis de clientes, se obtuvo que del total de mujeres entrevistadas, el 82% de ellas les interesara una aplicación móvil donde puedan solicitar servicios de belleza a domicilio, esto llevaría a un tamaño de mercado de 233.159 mujeres.

1.2.4.1 Tamaño de la muestra a encuestar

Teniendo el tamaño del mercado, se desea establecer cuantas personas de este tamaño de muestra deben ser encuestadas, para recibir de las mismas, las necesidades prioritarias de servicio del negocio. Aplicando la ecuación para el cálculo de muestra a encuestar (Herrera Castellanos, 2013), (Monkey, 2009), (Ochoa, 2013).

$$n = \frac{(N * Z^2 * p * (1-p))}{((N-1) * e^2 + z^2 * p * (1-p))}$$

donde:

n= Tamaño de la muestra a calcular

N= Tamaño del universo.

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

e= Es el margen de error máximo que admito.

P= Es la proporción que esperamos encontrar.

Para el cálculo se tomarán como referencia los siguientes datos y que se manejan como valores estándar en la literatura: Margen de error (e) del 10%, Nivel de confianza 90% para un $Z=1.64$ y $p=50\%$ (no se tiene ninguna información sobre el valor que se espera encontrar).

Reemplazando los valores en la ecuación anterior se obtiene un $n=67.22$, es decir deben realizarse mínimo 67 encuestas acorde a los parámetros establecidos.

El anexo 1 Encuesta, se detalla las preguntas que se realizaron a las personas encuestadas.

1.2.4.2 Fracción de Mercado

Para encontrar la fracción de mercado, se contará con un análisis de tiempos por servicio (consultado en las entrevistas de los estilistas), desplazamiento aproximado hacía el domicilio por el estilista (teniendo en cuenta un manejo sectorizado desde la aplicación por estilista, se estima que máximo puede ajustar 20 minutos en su desplazamiento por domicilio), jornada de trabajo del negocio (9:00 am a 9:00 pm) y cantidad inicial de estilistas (para fines de este proyecto se iniciará con cinco estilistas en el arranque del negocio). A continuación se presenta la tabla donde se resume lo especificado anteriormente:

Tabla No. 3: Cantidad de servicios a ofrecer promedio por Me (Mensual)

Cantidad de estilistas	5					
Servicio	Tiempo Servicio (min)	Cantidad de servicios diarios ha realizar diarios * estilista	Cantidad de servicios mensuales ha realizar * estilista	Cantidad total servicios ha realizar estilistas*mes	Tiempo invertido por estilista en el día por servicio (min)	Desplazamiento por servicio al domicilio (min)
Peinado	60	1	30	150	120	20
Cepillado corto	30	1	30	150	30	20
Cepillado medio	40	2	60	300	80	40
Cepillado largo	60	3	90	450	180	60
Maquillaje	120	1	30	150	120	20
TOTALES		8	240	1200	530	160

TIEMPO JORNADA (MIN)	690
TIEMPO JORNADA (HORAS)	11.50

En resumen se tiene, que el negocio Me iniciando con cinco estilistas, con lo planteado en la tabla, la fracción de mercado se reduce en atender 40 servicios diarios en promedio, que equivalen a 1.200 servicios mensuales y por ende 14.400 servicios al año. Esta fracción evidentemente crecerá a la manera que se vinculen más estilistas al negocio.

1.2.5 Plan de Mercado

1.2.5.1 Estrategia de Ventas

La plataforma del negocio tendrá cobertura en la ciudad de Santiago de Cali. Estará dentro de las alternativas de servicios de belleza como página web en internet en forma de plataforma interactiva y medio de presentación y divulgación del negocio. Se iniciará la

prueba de la plataforma con cinco estilistas de los entrevistados que han estado de acuerdo con la forma de negocio y se pedirá la ayuda a familiares y compañeros, para ingresar a la aplicación y solicitar el domicilio en cepillados, peinados y maquillaje para revisar tiempos, movimientos, calidad del servicio, efectividad de la plataforma y oportunidades de la misma. Se espera realizar una prueba no menos de dos meses en donde se logre contextualizar la idea de negocio. En este periodo se buscará la divulgación del negocio a través de los estilistas (vincular más estilistas) y personas que han hecho parte de la red, de manera que se vaya difundiendo la nueva alternativa del mercado en el medio del sector de belleza.

En paralelo se utilizarán medios de divulgación con tiendas especializadas en modas femeninas y con estos realizar alianzas. Por compras en estas tiendas se entregarán cupones para pedir servicios en la plataforma Me.

Basados en el hecho de que los estilistas deben dejar gran parte de su trabajo a los dueños de los salones de belleza alrededor del 50%, se negociará con ellos inicialmente una entrega de un 20% más de lo que actualmente están dejando de percibir con sus actuales empleos. Se presentarán incentivos futuros a los estilistas acorde al desempeño de los mismos, se les fijarán metas mensuales en donde estilista que logre estar por encima del promedio mensual de servicios ejecutados, recibirá un porcentaje adicional al pago mensual, de manera que el porcentaje negociado pueda volverse variable (el porcentaje se definirá según análisis de los resultados del negocio a futuro, pero el objetivo es lograr que el estilista capte un porcentaje aún mayor del 70%).

Los Resultados de los servicios realizados y las puntuaciones dadas por los usuarios a los mismos serán presentados en la página web del negocio. De manera personal se hará la presentación a todas aquellas personas que sean clientes potenciales del negocio, mostrando como fortaleza la entrega de un servicio que redundará en su beneficio de tiempo manteniendo la calidad y satisfacción del recibido por ellos actualmente.

Entre las estrategias para captar a estilistas, una es abordar a compañeros, familiares, amigos y pedir citas con los estilistas que los atienden actualmente de manera que se les pueda presentar el plan de trabajo y beneficios de Me. Un plan de referidos nos ayudará para atraer y capturar nuevos clientes. Todos aquellos clientes voceros de **Me**, que recomienden nuestros servicios recibirán de acuerdo a la cantidad de referidos un plan de premios o bonificaciones de los servicios ofrecidos por **Me**, que podrá tomar en el momento que el cliente desee.

1.2.5.2 Estrategia Promocional y Publicitaria

Para promoción y publicidad se crearán perfiles de **Me** en las redes sociales (Facebook, Instagram) como canal de comunicación con los usuarios finales, transmitir información y realizar promociones de la plataforma.

Se realizará publicidad mediante el empleo de material como carteles y volantes en los sectores más comerciales de los barrios (Restaurantes, tiendas, etc.) y en centros comerciales de la ciudad de Cali.

Por cada diez servicios pedidos por el cliente, se le obsequiará un servicio gratis entre cepillado o peinado. Este procedimiento pretende incentivar a todos aquellos clientes

recurrentes (fieles) a continuar contando con el servicio de Me. Y de manera continua a obtener un beneficio económico en el mediano y largo plazo. La selección de estos clientes se hará a través de la información que entreguen los módulos que componen la plataforma y el análisis estadístico que se realice.

Adicionalmente se pautará con dos emisoras de la ciudad de Santiago de Cali: Caracol radio y Tropicana radio. Con Caracol radio se pautarán siete cuñas de 30” (142.000 pesos colombianos por cuña), repartidas entre martes y jueves en el horario de Hoy * Hoy 10:27 am a 11:27 am, con un costo de 1.000.000 pesos colombianos aproximadamente. Con Tropicana se pautarán ocho cuñas estándar de 30” (189.000 pesos colombianos por pauta), dos veces por semana para un total de 15 cuñas en el mes. El total de inversión por mes para promocionar es de 2.500.000 mensuales para 30.000.000 pesos colombianos al año.

1.2.5.3 Estrategia de Distribución

La distribución de la aplicación se hará por medio de las tiendas de aplicaciones AppStore y Google Play Store. Para impulsar la mayor cantidad de descargas de la plataforma durante el mes de lanzamiento se creará un enlace de descarga que será distribuido mediante correo electrónico, redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, con el instructivo para descargar la aplicación y el funcionamiento de la misma.

1.2.5.4 Estrategia de precios

A continuación, en la tabla No.3 se relacionan los precios definidos al público para cada uno de los servicios del portafolio de Me:

Tabla No.4: Tarifas Servicios de Belleza Me

Servicio	Medida Cabello	Tarifa
Cepillado	Corto	\$ 20,000
	Medio	\$ 35,000
	Largo	\$ 45,000
Maquillaje		\$ 70,000
Peinados		\$ 50,000

Las tarifas relacionadas en la tabla No. 3 no incluyen IVA.

La forma de pago por el servicio podrá realizarse con tarjeta de crédito/débito o efectivo.

De la tarifa cobrada por cada servicio, **Me** cobrará un 30% y al estilista le corresponde el 70% de la tarifa, la tarifa cobrada por **Me** corresponde al porcentaje que manejan actualmente las plataformas implementadas en el sector, aclarando que el estilista deberá llevar los equipos y productos que se requieran para prestar el servicio.

El incremento anual en las tarifas de estos servicios será basado en el IPC.

1.2.6 Política de servicios

Me ofrece servicios de belleza a domicilio garantizando calidad, precios competitivos, comodidad y tiempos pactados con los clientes. Los siguientes distintivos determinarán el liderazgo de **Me**.

- Personal profesional certificado para garantizar su adecuada atención y lograr que su permanencia sea la más satisfactoria.
- Información completa y precisa a nuestros clientes sobre los servicios de **Me**.
- Continúa comunicación con los clientes para dar respuesta oportuna a sus requerimientos.
- Dialogo amable y cortés con el cliente para así ofrecer un mejor servicio.
- Énfasis en profesionales certificados que componen la plataforma, asegurando con la red de estilistas un servicio estandarizado y a la medida de las necesidades del cliente.
- Tranquilidad a los clientes de recibir el domicilio en el sitio que pida el servicio, de que el personal que llegará, está completamente identificado e investigado en la red. Para identificar a los estilistas **Me**, se entregará un carnet para que sea presentado y se identifique en el momento de atender el servicio donde el cliente.
- Se podrá solicitar o exigir al personal que prestará los servicios, sólo mediante la aplicación.

- Los usuarios se comprometerán a respetar a las personas que prestarán los servicios de belleza. En ningún caso pueden tener un trato discriminatorio, ni acosar a este personal, ni ejercer maltrato físico.

2. ANÁLISIS TÉCNICO

2.1 Análisis del producto

El producto que entregará la aplicación **Me**, es el agendamiento y atención de domicilios a mujeres en la ciudad de Santiago de Cali, en servicio de peluquería: Cepillados, peinados y maquillaje de rostro. Por medio de la aplicación **Me** se recibirá la necesidad del cliente, ésta llegará a un operador que buscará acorde a la dirección del cliente los estilistas más cercanos a él y definirá el profesional que atenderá el servicio. En el momento de la confirmación, al cliente le aparecerá la descripción e información del estilista, tiempo aproximado de llegada del servicio, costo del mismo y al final una vez concluido el servicio se pedirá al cliente la calificación por el servicio realizado. Se garantizará estilistas certificados, sin antecedentes judiciales, y tiempo de llegada estándar del servicio.

El negocio contará para el procedimiento expresado anteriormente con una aplicación (“APP”), donde el cliente accederá para solicitar su servicio a través de sus Smart phone y recibir de la misma las condiciones de entrega del domicilio. Dentro de la aplicación se encontrarán los estilistas que harán parte del personal calificado **Me**. La aplicación debe funcionar para aplicaciones Android + IOS con interfaz replicada e integrada a la web, posibilidad de que los clientes tengan sus propios perfiles, APP con panel de administración. Para la implementación de una APP en el plano sólo de proyectos se cotiza

aproximadamente en 36.500.000 millones de pesos colombianos acorde a simulador en página web. (Yeeply.com, 2017).

2.1.1 Puntos de Control

Dentro de los sistemas a controlar por **Me** para lograr una aceptación de todos los clientes y garantizar un desarrollo en el tiempo de la organización se deben tener en cuenta:

Seguridad del cliente: Una de las situaciones que han surgido en las encuestas con clientes finales es la parte de inseguridad que siente ellos al recibir una persona desconocida en el lugar del domicilio. Para este punto se trabajará en un control de los estilistas que harán parte de la aplicación **Me** a través de una selección cerrada. El trabajo de lograr mantener un perfil acorde a las necesidades de los clientes, se trasladará a una empresa especialista en la selección del recurso humano que garantizará en el tiempo, el cumplimiento de este perfil. El costo cotizado por una empresa como la señalada es de 410.000 pesos colombianos por análisis de candidato a referenciar; la empresa se compromete a tener tres candidatos evaluados por vacante necesaria. Dentro de las responsabilidades de esta firma, el compromiso es levantar el(los) perfiles de los estilistas acorde a las necesidades entregadas por **Me** (perfil inicial del estilista a entregar a la firma de reclutamiento se observa en la tabla No.5), realizar el reclutamiento de los mismos, realizar las correspondientes pruebas psicológicas, entrevistas a los candidatos. Igualmente se harán referenciaciones de los candidatos lo que cubriría visitas domiciliarias, referencias en otros trabajos e investigación antecedentes judiciales. Con este procedimiento debe garantizarse que los colaboradores que van hacer parte de la organización entreguen una tranquilidad hacia los clientes y el

negocio. Todo colaborador que haga parte de la compañía y cumpla con los criterios de selección portarán un carnet que los acredite estilista de **Me**.

Tabla No. 5 Perfil Estilista Me.

FICHA DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Estilista
DESCRIPCIÓN	Asesorar el peinado y en general, la imagen y estética de sus clientes. Un estilista es un profesional de la belleza que se ha formado no sólo en peluquería sino que también abarca el mundo de la estética y por ello es capaz de peinar o maquillar en función de las características de cada persona.
FUNCIONES	Cepillado de cabello. Peinado de cabello. Maquillaje de rostro
REQUERIMIENTOS	Profesional con mínimo dos años de experiencia en el campo del manejo del Cabello y maquillaje. Edad entre 25 - 45 años de edad. Hombre o Mujer. Certificaciones de escuela de peluquería o academías.
PROCESO DE SELECCIÓN	Pruebas psicológicas Entrevistas al candidato Referenciación del candidato Visitas domiciliarias. Referencias en otros trabajos. Investigación antecedentes judiciales.
INDUCCIÓN Y ENTRENAMIENTO	Explicación del negocio Me. Entrenamiento en el uso de la aplicación Me. Entrega de requerimientos y políticas de Me.
INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN	Número de servicios por día. Tiempo utilizado por servicio. Satisfacción del cliente por el servicio. Tiempo de desplazamiento hacia domicilios.

Profesionalismo: Los Estilistas que conformen el grupo de colaboradores de **Me** deben certificar sus estudios, refrendando los mismos con certificados de academias e institutos acreditados para la enseñanza de esta profesión. Los institutos de igual manera serán investigados de manera que se pueda establecer calidad estilistas vs institutos.

Tiempo del domicilio: Como fortaleza del negocio se implementará a través del estudio de zonas de la ciudad de Santiago de Cali vs ubicación de los estilistas, la forma de lograr el menor tiempo de respuesta a los domicilios demandados por los clientes finales. Se tendrá la ayuda de la plataforma para poder clasificar por estilistas, por zonas y por clientes cuáles serían los tiempos estándares en donde **Me** pueda desarrollar su fortaleza.

Fidelización Clientes: Acorde a las entrevistas y situaciones vividas con otras APP (Uber), es muy fácil que el trabajador de la aplicación, termine realizando sus servicios con ciertos clientes “saltándose” la aplicación y hagan personalmente sus domicilios, situación que llevaría a la disminución de clientes finales. En este punto se garantizará un seguimiento por cada cliente, se hará un rastreo del usuario de manera que se puedan entender cuáles son sus principales necesidades, gustos, oportunidades de promoción, atenciones de belleza desde **Me** a ellos en fechas especiales, etc. En cuanto a los clientes (estilistas) se debe trabajar en mejorar sus ingresos a través de reconocimientos económicos por cantidad de trabajos realizados, por clientes fidelizados, establecer bonificaciones a aquellos estilistas que entreguen un factor adicional a la empresa.

Control proceso de atención servicio: El procedimiento de atención en **Me**, contempla una retroalimentación final del cliente por el servicio recibido, con esta información se

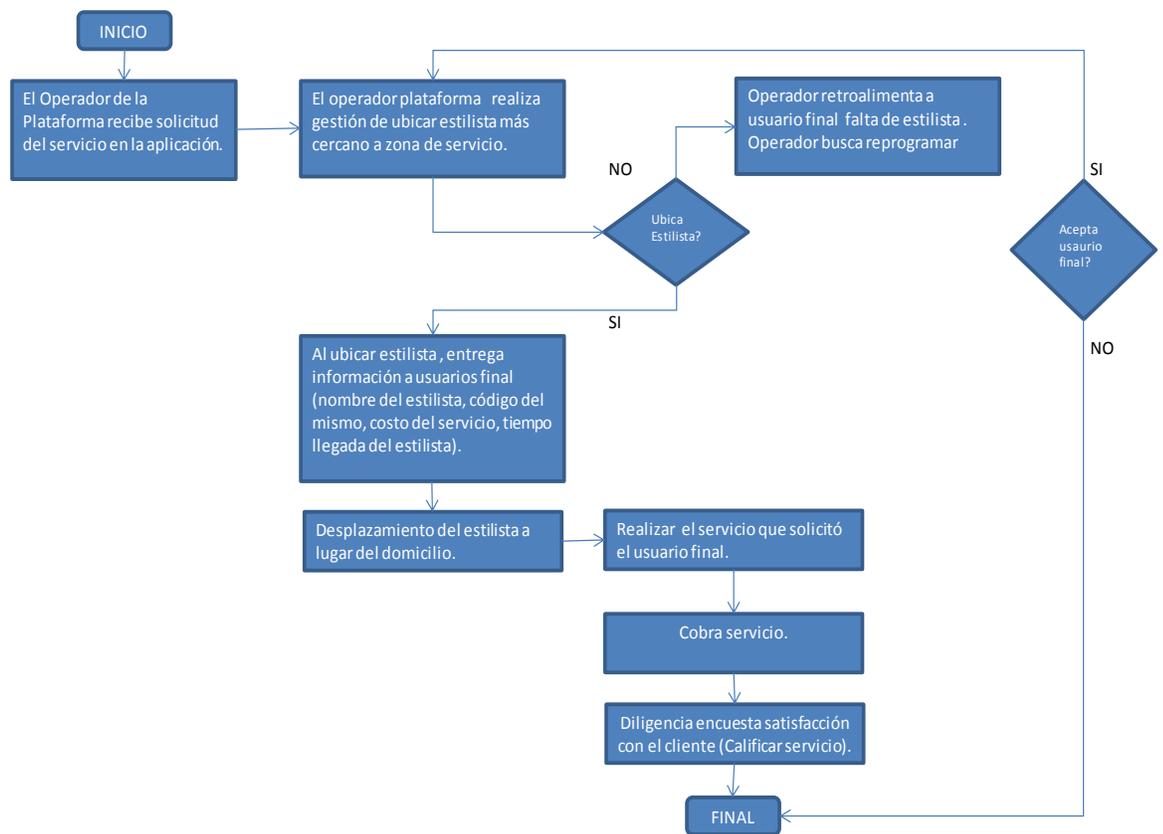
logrará buscar oportunidades de mejora en tiempos; análisis de rutas, análisis en general de la atención del estilista, cuidados durante el servicio, evaluación de equipos, entre otros. El operador de la plataforma tendrá a cargo el agendamiento de los servicios que van surgiendo en el día a día y a su vez en la confirmación por parte de los estilistas de llegada y finalización del servicio con el cliente. Recibirá la información solicitada al cliente en las encuestas y entregará desviaciones del servicio a la administradora del negocio para trabajar en continuo en mejorar las situaciones que se van generando en el transcurso del día.

Control equipos estilistas: Con base en las entrevistas de los estilistas, en general los equipos utilizados por los mismos son propios de ellos y su “higiene” es responsabilidad del estilista. Los procedimientos de bioseguridad se apoyarán con la resolución número 2117 de 2010 (junio de 2010), en donde se expresan los procedimientos y normativas a tener en cuenta para un establecimiento de belleza. La resolución engloba todas las normatividades a tener en cuenta en todo el entorno del negocio; edificaciones, servicio de refrigerios, manejo de residuos, manejo de zonas de lavado, estándar de equipos y herramientas usadas por estilistas. Me se acoplará a esta resolución y realizará internamente validaciones de los equipos de los estilistas con el objetivo de garantizar equipos sin problemas de contaminación y a su vez tener los registros necesarios para auditorías generadas por el Ministerio de Protección social.

2.2 Diagrama de flujo

En la gráfica 6, se muestra el diagrama de flujo se muestra el proceso general al hacer uso de la aplicación **Me** y los participantes que interfieren en cada uno de los procesos.

Gráfica No 7: Diagrama de flujo Me



2.3 Facilidades

Para el desarrollo del proyecto es necesario el arrendamiento de un local, el local está proyectado para las labores administrativas del equipo Me, a su vez servirá de espacio para

diversas actividades como las de entrevistar a los estilistas que entregará la firma asesora de recurso humano de la cual se hablará más adelante, plataforma de presentación a futuros estilistas que hayan recibido retroalimentación y quieran ser parte de Me, recibo de cuentas por pagar de estilistas, etc. En este local igualmente se centralizará el conmutador. Se iniciará con una oficina en la comuna 19 de la ciudad de Santiago de Cali. La oficina se situará en el barrio Tequendama, zona que desde años atrás se ha desarrollado para la implementación de diversos negocios. Para iniciar se contará con un local de 30 m² (aproximadamente 3.5 m² * 8.5 m²), el local contará con ventiladores de pared como ayudas al acondicionamiento del entorno, al iniciar el negocio con cuatro equipos cuyo costo aproximado es de 240.000 pesos colombianos, plan de manejo básico de emergencias, servicios básicos de energía y agua con un costo aproximado de 450.000 pesos colombianos aproximadamente, batería sanitaria necesaria para atender la fuerza laboral de la oficina. El arriendo mensual es de 1.100.000 pesos colombianos mensuales. El presupuesto de escritorios, sillas, mesas y muebles de archivo es de 2.273.200 pesos colombianos.

2.4 Equipos

Para iniciar con el proceso de Me, se necesitan los siguientes equipos: Un computador donde estará el servidor y la administración de la plataforma (Equipo de escritorio monitor 22", board Asus, disco duro de 1 TB, RAM 8 Gbytes, fuente 350w. Procesador i5 séptima generación con un costo aproximado de 1.750.000 pesos colombianos, licencia Windows 10 homenaje en español 64 bits costo 350.000 pesos colombianos, Office 360 con un costo de 190.000 pesos colombianos). Un computador para el seguimiento de la parte contable

(Equipo de escritorio monitor 22" board Asus, disco duro de 1 TB, RAM 4 Gbytes, fuente 350w, procesador i3 séptima generación con un costo aproximado de 1.550.000 pesos colombianos, licencia Windows 10 homenaje en español 64 bits costo 350.000 pesos colombianos, Office 360 con un costo de 190.000 pesos colombianos) y un computador para el gerente del negocio (Equipo portátil Intel i5 disco duro de 1 TB memoria RAM 4 Gbytes pantalla 14 pulgadas marca Lenovo por un costo aproximado de 1.570.000 pesos colombianos viene incluido el software legal Windows 10, office 360 con un costo de 190.000 pesos colombianos) , para un total de tres computadores.

2.5 Proveedores

Como punto importante para el desarrollo del proyecto se tiene el contar con una aplicación informática confiable, ágil y versátil (Aplicación Me). La APP es el centro de la idea de negocio y como tal debe realizarse todo el despliegue e investigación necesaria. Para el desarrollo y soporte técnico de la aplicación móvil Me, se pueden tener dos opciones de proveedores especializados en la creación de este tipo de aplicaciones. Eiso.com e Hymalaya Digital Agency, ambos con un portafolio y experiencia en multinacionales que podrían atender las necesidades de Me. La cotización entregada por los expertos de la APP es de 29.700.000 pesos colombianos (cotización aproximada al valor obtenido por el simulador web) y será desarrollada en tres meses por dos personas. A su vez se debe tener en cuenta los siguientes servicios a involucrar: esquema de servicio con Google con un costo aproximada de 200 US\$/cada seis meses donde involucra base de datos, servidor, montaje aplicación donde se van a conectar los celulares, todo esto quedaría en la nube

informática. Derechos a sitio web con un costo de 40 US\$/año, derecho a un dominio 15 US\$/año y un certificado de seguridad 200 US\$/año.

2.6 Cronograma de Implementación

Tabla No 6: Cronograma de Implementación

ACTIVIDAD	AÑO 2018					
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
FINANCIACION PROYECTO						
LEVANTAMIENTO PERMISOS						
ADECUACIÓN LOCAL						
COMPRA MUEBLES						
COMPRA COMPUTADORES						
SELECCIÓN PERSONAL						
DESARROLLO APP						
ENSAYOS APP						
LANZAMIENTO ME						

3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

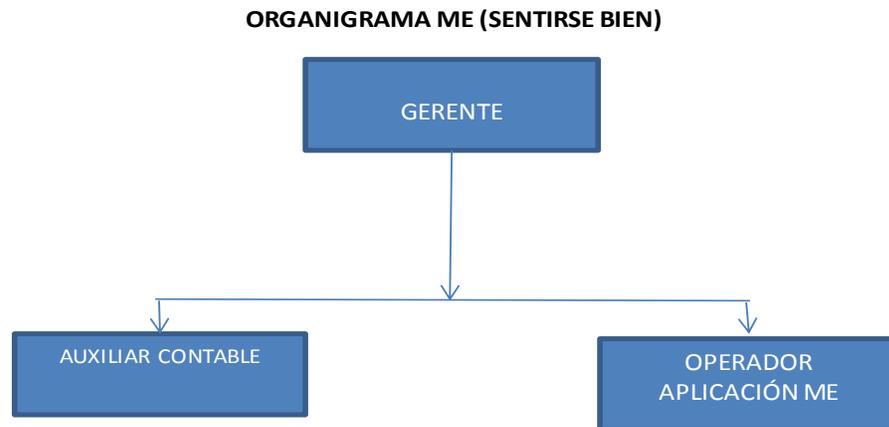
3.1 Grupo empresarial

El grupo empresarial está conformado inicialmente con la desarrolladora de la idea de negocio, la Ingeniera Diana Katherine Guerrero Rodriguez; Ingeniera Industrial y Maestría en administración de negocios (MBA) énfasis en negocios internacionales; experiencia en la industria vallecaucana desempeñando cargos en las áreas de compras, tecnología, producción y comercial de la corporación donde trabaja. El cargo a desempeñar dentro de ME será como gerente de la organización.

3.2 Análisis de la Organización

En la siguiente gráfica se ilustra el organigrama para la administración de Me.

Gráfica No.8 Organigrama de la Organización



Según lo anterior la oficina debería iniciar con el siguiente personal: un gerente, un auxiliar contable y una persona para el manejo técnico de la APP.

Un dueño del negocio, que será el **gerente general**; Ingeniera Industrial de la Universidad Autónoma de Occidente y Magister en administración de la Universidad Icesi, cuenta con experiencia laboral en la Industria del Valle del Cauca, donde se ha desarrollado en las áreas de compras, servicio al cliente y comercial. Estará encargado de la gestión estratégica de la compañía. Debe tener dentro de sus competencias laborales; adaptación al cambio, desarrollo de inteligencia emocional, toma de decisiones, solución de problemas, creatividad, identificación de oportunidades, capacidad para asumir el riesgo y manejo en mercadeo y ventas.

Un auxiliar contable, que se encargará de la gestión contable del negocio, revisión de costos y gastos de la empresa (P y G), será el encargado de la cartera de la compañía y seguimiento al cobro de los estilistas. Dentro de sus competencias debe tener o desarrollar: Orientación ética, Dominio personal, solución de problemas, atención, buena comunicación y proactivo.

Una **persona encargada del manejo de la aplicación** que reservará los domicilios y asignará las rutas de estilistas. Debe tener o desarrollar las siguientes competencias: Dominio personal, adaptación al cambio, atención, concentración, solución de problemas, orientación al logro, trabajo bajo presión, manejo de buena comunicación y proactivo.

3.3 Análisis de los Empleados

En la tabla No. 5 se describen los empleados necesarios para el desarrollo de la gestión del negocio. En la tabla se numeran la cantidad de colaboradores por cargo, el salario planteado por cargo y la descripción de funciones. Se toma en la parte legal de salario un 53% aproximadamente adicional el cuál será pagado por el negocio por razones laborales legales. (Personales, 2017). (Vega, 2016).

Tabla No.7: Recurso Humano ME (Responsabilidades, tipo contrato, salarios)

TABLA GENERAL RECURSO HUMANO ME (RESPONSABILIDADES, TIPO CONTRATO, SALARIOS)							
Cargo	Cantidad	Profesional	Contrato	Responsabilidad	Sueldo Básico	Legales	Total
Auxiliar Contable	1	Contador	indefinido	Seguimiento contabilidad de la compañía. Manejo cartera de la organización. Manejo estadísticas de costos y gastos internos.	1,500,000	796,266	2,296,266
Operador Aplicación	1	Técnico	indefinido	Recibir las llamadas de los clientes finales para la gestión del domicilio. Ubicación por medio de la plataforma al estilista ha realizar el domicilio. Gestionar plataforma.	1,000,000	628,670	1,628,670
Gerente	1	Magister	Indefinida	Generar Misión y visión del negocio. Realizar plan estratégico compañía. Entregar pautas de mejora a equipo colaborador.	3,000,000	1,592,534	4,592,534

Tabla No.8: Distribución Salario Recurso Humano (legales)

-		Auxiliar	Operador	Gerente
SALARIOS				
Salario básico	es pactado entre las partes	1500000	1000000	3000000
Auxilio de transporte	a quien devenga hasta 2SMLMV		83140	
Subtotal salarios		1500000	1083140	3000000
PRESTACIONES SOCIALES Y VACACIONES PROVISIÓN				
Cesantías	Salario + Sub transporte / 12 meses	125000	90261	250000
Intereses sobre Cesantías	12% del valor de las cesantías	15000	10831	30000
Primas	Salario + Sub transporte / 12 meses	125000	90261	250000
Vacaciones	Equivalente a 15 días hábiles de salario al año	62499	41666	124999
Subtotal prestaciones		327499	233019	654999
SEGURIDAD SOCIAL				
Salud	Total: 12.5%, Empresa:8.5%	127500	85000	255000
Pensión	Total: 16%, Empresa:12%	180000	120000	360000
Riesgos profesionales	A los salarios se le aplica la tarifa según el riesgo	7830	5220	15660
Provisión vacaciones salud	8.5% del salario	5312	3541	10625
Provisión vacaciones pensión	12% del salario	7500	5000	15000
Subtotal Seguridad Social		328142	218761	656285
APORTES PARAFISCALES				
Sena, ICBF, Caja de Compensación	Sena: 2%, ICBF: 3%, Caja de compensación: 4%	135000	90000	270000
Provisión vacaciones	9%	5625	3750	11250
Subtotal aportes parafiscales		140625	93750	281250
COSTE TOTAL MENSUAL DE UN EMPLEADO		2296266	1628670	4592534

Para la selección del auxiliar contable y el operador de la plataforma se realizaron entrevistas y pruebas por la gerencia de la organización donde se validará el nivel de experiencia, habilidades y capacidades para el cargo.

3.4 Organizaciones de Apoyo

Como organizaciones de apoyo se tiene a la Fundación Coomeva, la cual tiene entre sus fortalezas conocidas en la región la financiación y ayuda para la creación de empresas. (Coomeva, 2016). Las organizaciones especializadas en el manejo y mantenimiento de la aplicación. Apoyo en la parte del recurso humano con la psicóloga consultora que estará

asociada a todo el manejo y selección del recurso humano. El apoyo de empresas que actualmente manejan APP como el de la Manicurista, la cual ha entregado tips importantes para el desarrollo de esta idea de negocio.

La financiación a conseguir para el negocio Me, se establecerá en 50.000.000 pesos colombianos. Se espera que la entidad bancaria financie este valor, con una tasa del 23.72% interés anual y a un tiempo de cinco años para una cuota mensual de 1.430.284 pesos colombianos.

4. ANÁLISIS LEGAL

4.1 Tipo de sociedad

La empresa será constituida bajo el esquema de una SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas), la cual ofrece más flexibilidad para formar empresa.

Es importante hacer mención los requisitos necesarios para constituir una S.A.S mediante el documento de constitución por los siguientes aspectos:

- Nombre, documentos de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad seguida de las letras “S.A.S.”
- Domicilio principal de la sociedad y de las diferentes sucursales que se establezcan en el acto de constitución.
- Termino de duración de la sociedad donde se manifieste si es definido o indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades que la empresa va a desarrollar siempre que se constituya con actividad comercial o civil LÍCITA.

- El capital autorizado, suscrito y pagado teniendo en cuenta la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y plazo en que deberán pagarse.
- La forma de administración, nombre, documentos de identidad, y las facultades de sus administradores.

La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución impide la inscripción de la constitución de la empresa y en ese caso de no tener la documentación total la Cámara de Comercio podrá devolver los mismos con el fin de que se cumplan todos los requisitos, así las cosas, es importante hacer mención que el documento privado de constitución será objeto de autenticación ante notario previo a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio”. (Robayo, 2017)

4.2 Costos de constitución de la empresa

La inscripción de ME se realizará en la Cámara de Comercio de Cali con un capital social suscrito de \$ 130.000.000 (50.000.000 financiados y 80.000.000 que serán aportados por la dueña del negocio como capital inicial), por este capital el costo de inscripción de Me sería de \$ 200.970 pesos colombianos que corresponde por un lado, el impuesto de registro correspondiente al 0,7% del capital suscrito y, del otro lado, el costo de la matrícula mercantil que cobra la Cámara por su labor registral fijado según unas tablas establecidas por ellos mismos. (Opinion, 2016).

4.3. Elementos y normas especiales

La carga prestacional para los colaboradores que se vinculen a la organización, según la normativa de Colombia consta de los siguientes conceptos:

Aportes parafiscales:

- Cajas de Compensación Familiar 4%

Cargas Prestacionales

- Cesantías 8.33%
- Prima de servicios 8.33%
- Vacaciones 4.17%
- Intereses sobre las Cesantías 1% mensual

Seguridad social

- **Salud:** 8.5%.
- **Pensión:** 12%

Con los estilistas se establecerán contratos por prestación de servicios, estos contratos están Regidos por leyes comerciales y civiles y se caracterizan principalmente por la carencia de Sub ordinación entre el contratista y el contratante. Es decir, quien presta el servicio cuenta con plena autonomía administrativa, financiera y técnica ya que, por lo general, el trabajo se realiza por fuera de las instalaciones de la organización.

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada – S.A.S. se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, son contribuyentes declarantes del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios. En el impuesto sobre las ventas – IVA serán responsables (sujetos pasivos jurídicos) siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario. Son contribuyentes del impuesto de industria y comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas; igualmente tendrán la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA, según el caso.

4.4. Registro de Marca

El registro de marca se realizará a través de la página web www.sic.gov.co, de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), la cual tiene una tasa para signos distintivos – solicitudes nacionales de \$ 629.000 pesos colombianos.

Se realizará la protección del código de software ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor que presta el servicio gratuito de registro de obras literarias y artísticas, entre ellas el soporte lógico o software.

En este sentido, la finalidad del registro es la de otorgar mayor seguridad jurídica a los titulares respecto de sus derechos autorales y conexos, dar publicidad a tales derechos y a los actos y contratos que transfieren o cambien su dominio y dar garantía de autenticidad a los titulares de propiedad intelectual y a los actos y documentos a que a ella se refieran.

Por tal razón, el objeto del registro de derecho de autor y de los derechos conexos no es constitutivo de ellos sino meramente declarativo, no obligatorio y sirve de medio idóneo de prueba. Lo anterior, responde al criterio normativo autoral que establece que desde el

mismo momento de la creación nace el derecho y no se requieren de formalidades para la constitución del mismo.(Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2017).

5. ANÁLISIS SOCIAL

Al poner en práctica la idea de negocio, la empresa generará dos empleos directos dentro de la organización e indirectos a todos aquellos estilistas certificados y sin situaciones pendientes de la ley Colombiana que deseen mejorar su condición actual laboral a través de eliminar intermediaciones con los dueños de los salones de belleza, que finalmente cobran un alto porcentaje por el alquiler del sitio de trabajo dejando bajos retornos a los estilistas. La empresa **Me** buscará en el futuro que los estilistas que conformen la aplicación **Me** además de aumentar sus ingresos puedan gozar de una clientela fidelizada y disponible en todo momento garantizando sostenibilidad laboral.

El proyecto tiene impacto positivo al entregar un servicio que contribuye a mejorar la calidad de vida de las mujeres, logrando al final una satisfacción en su presentación personal y optimizando sus tiempos.

6. ANÁLISIS AMBIENTAL

Respecto a los impactos ambientales generados en la compañía se establecerán procesos para controlar el gasto energético, generación de residuos, papel entre otros.

7. ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES

Compromiso, respeto, profesionalismo, trabajo en equipo, honestidad, integridad son valores asociados con la operación de la empresa y que deberán tener los que hacen parte de **Me** para lograr la calidad y atención en el servicio y el cumplimiento de las metas en la organización.

8. ANÁLISIS ECONÓMICO

Establecidos los precios de cada uno de los servicios a realizar por **Me**, cantidad de servicios por opción (Peinado de Cabello, Cepillado de Cabello Corto, Cepillado Cabello Medio, Cepillado Cabello Largo y Maquillaje de rostro) y cantidad de estilistas (se iniciará con cinco estilistas en el arranque del negocio. Se está proyectando que se realicen entre los cinco estilistas 1.200 servicios en el mes (14.400 servicios en el año), es decir un promedio ocho servicios por día por estilista. Se espera que en promedio, los servicios queden repartidos en el día por estilista de la siguiente manera: Un peinado, un cepillado cabello corto, tres cepillados cabello medio, cuatro cepillados cabello largo y un maquillaje. Esta sería la combinación inicial pero está sujeta igual a cambios de temporadas en donde en meses especiales pueden predominar unos ante otros; meses como diciembre, meses que coinciden con graduaciones de colegios y universidades (febrero y agosto), día de la madre (mayo), Halloween (octubre), día de la secretaria (abril), etc.

8.1 Proyección de ventas

A continuación se muestran las tablas de las proyecciones de ventas con los respectivos Ingresos entregados acordes a la estrategia mencionada anteriormente:

Tabla No.9: Proyección de Ventas año 2018

	2018												Total
ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2018
Volumen Estimado de Ventas	800	1,450	880	1,500	1,500	900	900	1,500	1,500	1,300	900	1,270	14,400
Peinado de cabello	50	200	100	200	200	100	100	200	200	150	100	200	1,800
Maquillaje de rostro	50	200	80	250	250	50	50	250	250	250	50	70	1,800
Cepillado de cabello corto	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Cepillado de cabello medio	250	350	250	350	350	250	250	350	350	300	250	300	3,600
Cepillado de cabello largo	300	550	300	550	550	350	350	550	550	450	350	550	5,400
	2018												Total
ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2018
Volumen estimado de ventas													
Valor total de ventas (\$)	31,250,000	64,000,000	35,850,000	67,500,000	67,500,000	36,000,000	36,000,000	67,500,000	67,500,000	58,750,000	36,000,000	53,150,000	621,000,000
IVA o Impuesto al Consumo	5,937,500	12,160,000	6,811,500	12,825,000	12,825,000	6,840,000	6,840,000	12,825,000	12,825,000	11,162,500	6,840,000	10,098,500	117,990,000
Anticipo ReteFuente	1,875,000	3,840,000	2,151,000	4,050,000	4,050,000	2,160,000	2,160,000	4,050,000	4,050,000	3,525,000	2,160,000	3,189,000	37,260,000
Total ventas con IVA	37,187,500	76,160,000	42,661,500	80,325,000	80,325,000	42,840,000	42,840,000	80,325,000	80,325,000	69,912,500	42,840,000	63,248,500	738,990,000
Ventas contado sin IVA ni ReteFuente	31,250,000	64,000,000	35,850,000	67,500,000	67,500,000	36,000,000	36,000,000	67,500,000	67,500,000	58,750,000	36,000,000	53,150,000	621,000,000
Ingresos por ventas de Contado	35,312,500	72,320,000	40,510,500	76,275,000	76,275,000	40,680,000	40,680,000	76,275,000	76,275,000	66,387,500	40,680,000	60,059,500	701,730,000
Ingresos Efectivos	35,312,500	72,320,000	40,510,500	76,275,000	76,275,000	40,680,000	40,680,000	76,275,000	76,275,000	66,387,500	40,680,000	60,059,500	701,730,000

Tabla No.10: Proyección de Ventas año 2019

	2019												Total
ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2019
Volumen Estimado de Ventas	880	1,595	968	1,650	1,650	990	990	1,650	1,650	1,430	990	1,397	15,840
Peinado de cabello	55	220	110	220	220	110	110	220	220	165	110	220	1,980
Maquillaje de rostro	55	220	88	275	275	55	55	275	275	275	55	77	1,980
Cepillado de cabello corto	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	1,980
Cepillado de cabello medio	275	385	275	385	385	275	275	385	385	330	275	330	3,960
Cepillado de cabello largo	330	605	330	605	605	385	385	605	605	495	385	605	5,940
	2019												Total
ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2019
Volumen estimado de ventas													
Valor total de ventas (\$)	35,406,250	72,512,000	40,618,050	76,477,500	76,477,500	40,788,000	40,788,000	76,477,500	76,477,500	66,563,750	40,788,000	60,218,950	703,593,000
IVA o Impuesto al Consumo	6,727,188	13,777,280	7,717,430	14,530,725	14,530,725	7,749,720	7,749,720	14,530,725	14,530,725	12,647,113	7,749,720	11,441,601	133,682,670
Anticipo ReteFuente	2,124,375	4,350,720	2,437,083	4,588,650	4,588,650	2,447,280	2,447,280	4,588,650	4,588,650	3,993,825	2,447,280	3,613,137	42,215,580
Total ventas con IVA	42,133,438	86,289,280	48,335,480	91,008,225	91,008,225	48,537,720	48,537,720	91,008,225	91,008,225	79,210,863	48,537,720	71,660,551	837,275,670
Ventas contado sin IVA ni ReteFuente	35,406,250	72,512,000	40,618,050	76,477,500	76,477,500	40,788,000	40,788,000	76,477,500	76,477,500	66,563,750	40,788,000	60,218,950	703,593,000
Ingresos por ventas de Contado	40,009,063	81,938,560	45,898,397	86,419,575	86,419,575	46,090,440	46,090,440	86,419,575	86,419,575	75,217,038	46,090,440	68,047,414	795,060,090
Ingresos Efectivos	40,009,063	81,938,560	45,898,397	86,419,575	86,419,575	46,090,440	46,090,440	86,419,575	86,419,575	75,217,038	46,090,440	68,047,414	795,060,090

Tabla No.11: Proyección de Ventas 2018-2021

MERCADO Y VENTAS				
	Total	Total	Total	Total
ITEM	2018	2019	2020	2021
Volumen Estimado de Ventas	14,400	15,840	19,008	22,810
Peinado de cabello	1,800	1,980	2,376	2,851
Maquillaje de rostro	1,800	1,980	2,376	2,851
Cepillado de cabello corto	1,800	1,980	2,376	2,851
Cepillado de cabello medio	3,600	3,960	4,752	5,702
Cepillado de cabello largo	5,400	5,940	7,128	8,554
	Total	Total	Total	Total
ITEM	2018	2019	2020	2021
Volumen estimado de ventas				
Valor total de ventas (\$)	621,000,000	703,593,000	869,640,948	1,074,876,212
IVA o Impuesto al Consumo	117,990,000	133,682,670	165,231,780	204,226,480
Anticipo Retefuente	37,260,000	42,215,580	52,178,457	64,492,573
Total ventas con IVA	738,990,000	837,275,670	1,034,872,728	1,279,102,692
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	621,000,000	703,593,000	869,640,948	1,074,876,212
Ingresos por ventas de Contado	701,730,000	795,060,090	982,694,271	1,214,610,119
Ingresos Efectivos	701,730,000	795,060,090	982,694,271	1,214,610,119

Se observa en las tablas una demanda de servicios variables, ajustado a la estacionalidad del año: las variaciones concuerdan con meses especiales como el de la secretaria, el mes de la madre, meses de graduaciones, Halloween y por supuesto el mes de diciembre. Los valores más altos de servicios en estos meses concuerdan con máximo 10 servicios por estilistas que sería el tope acorde a tiempos de desplazamiento y tiempo utilizado en el servicio. El cuadro muestra para todos los años ingresos efectivos y ascendentes en el tiempo para la programación efectuada de servicios, precios y número de estilistas.

8.2 Plan de Compras y Gastos.

A continuación se presenta la tabla del plan de compras de equipos, software, enseres y gastos legales que van hacer parte de las compras y gastos que realizará el negocio **Me** para poder iniciar sus operaciones una vez que se haya autorizado el préstamo financiero.

Tabla No. 12 Elementos a comprar para el desarrollo de funciones de Me.

INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
APP	1	29,700,000.00	29,700,000.00
ESQUEMA DE SERVICIO APP	1	1,200,000.00	1,200,000.00
DERECHOS SITIO WEB APP	1	120,000.00	120,000.00
DERECHOS DOMINIO APP	1	45,000.00	45,000.00
CERTIFICADO SEGURIDAD APP	1	600,000.00	600,000.00
ESCRITORIOS, SILLAS Y MUEBLES	1	2,273,200.00	2,273,200.00
VENTILADORES	4	60,000.00	240,000.00
COMPUTADORES + LIC.	3	6,140,000.00	6,140,000.00
CONSTITUCIÓN EMPRESA	1	200,970.00	200,970.00
REGISTRO DE MARCA	1	629,000.00	629,000.00
SELECCIÓN DE PERSONAL	7	410,000.00	2,870,000.00
INVERSIÓN TOTAL			44,018,170.00

8.3 Análisis del Punto de Equilibrio

Tabla No 13: Punto de Equilibrio

ANALISIS DE COSTOS				
Costos/Gastos Fijos	2,018	2,019	2,020	2,021
Nómina	96,924,520	100,801,501	104,833,561	109,026,903
Gastos de operación	485,630,640	504,986,640	525,116,880	546,052,329
Gastos de Administración y ventas	960,000	998,400	1,038,336	1,079,869
Gastos preoperativos (Diferidos)	44,018,170	0	0	0
Total Costos/Gastos fijos	627,533,330	606,786,540	630,988,776	656,159,102
Costos Variables				
Costos variables (sin impuestos)	0	0	0	0
Gastos de Operación	7,141,500	8,091,320	10,000,871	12,361,076
Gastos de Administración	3,105,000	3,517,965	4,348,205	5,374,381
Total costos variables	10,246,500	11,609,285	14,349,076	17,735,457
Costo total	637,779,830	618,395,825	645,337,852	673,894,559
Numero productos o servicios	14,400	15,840	19,008	22,810
Costo Promedio producto o servicio promedio	44,290	39,040	33,951	29,544
Costo variable unitario promedio	712	733	755	778
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	43,125	44,419	45,751	47,124
Margen Unitario Promedio	42,413	43,686	44,996	46,346
Punto de Equilibrio	14,796	13,890	14,024	14,158
Costo total desembolsable	592,031,020	616,665,185	643,607,212	672,163,920
Costo promedio desembolsable	41,113	38,931	33,860	29,468
Cumplimiento del punto de equilibrio	97%	114%	136%	161%

El punto de equilibrio no se logra en el primer año por 396 servicios (14.400 servicios a realizar vs 14.796 necesarios para que los costos y beneficios se equiparen). El punto de equilibrio del negocio se logra superar en el segundo año de operaciones (con solo 13.890 servicios vs 15.840 estimados el punto de equilibrio se supera en un 14%). En los siguientes años el punto de equilibrio es superado ampliamente en 36% y 61%, para los años 2020 y 2021 respectivamente.

9. ANÁLISIS FINANCIERO

9.1 Flujo de Caja

Tabla No 14: Flujo de Caja 2018

ITEM	Año 0	2018												Total 2018
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Caja Inicial	0	77,328,632	63,735,104	87,149,076	78,753,548	106,122,521	95,757,493	84,781,465	76,555,437	103,924,409	91,963,381	109,444,854	101,218,826	77,328,632
Ingresos Netos		35,312,500	72,320,000	40,510,500	76,275,000	76,275,000	40,680,000	40,680,000	76,275,000	76,275,000	66,387,500	40,680,000	60,059,500	701,730,000
TOTAL DISPONIBLE		112,641,132	136,055,104	127,659,576	155,028,548	182,397,521	136,437,493	125,461,465	152,830,437	180,199,409	158,350,881	150,124,854	161,278,326	779,058,632
Inversiones en activos	8,653,198	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por compra de materia prima o insumo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por nómina	0	6,876,210	6,876,210	6,876,210	6,876,210	6,876,210	9,626,210	6,876,210	6,876,210	6,876,210	6,876,210	6,876,210	12,376,210	90,764,520
Egresos por gastos de operación		40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	40,325,000	483,900,000
Egresos por gastos de administración y ventas		338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	338,750	4,065,000
Egresos por gastos preoperativos diferidos	44,018,170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos iva	0	0	0	0	0	37,734,000	0	0	0	39,330,000	0	0	0	77,064,000
Egresos refluente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por gastos financieros		894,800	886,366	877,781	869,043	860,148	851,094	841,878	832,498	822,949	813,229	803,335	793,265	10,146,388
Egresos por pagos de Capital		471,268	479,702	488,286	497,025	505,920	514,973	524,189	533,570	543,119	552,839	562,732	572,803	6,246,427
Egresos impuestos locales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos impuesto de renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos impuesto de consumo de bolsas plásticas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	52,671,368	48,906,028	48,906,028	48,906,028	48,906,028	86,640,028	51,656,028	48,906,028	48,906,028	88,236,028	48,906,028	48,906,028	54,406,028	672,186,334
NETO DISPONIBLE	-52,671,368	63,735,104	87,149,076	78,753,548	106,122,521	95,757,493	84,781,465	76,555,437	103,924,409	91,963,381	109,444,854	101,218,826	106,872,298	106,872,298
Aporte de Socios (capital inicial dueña del nego)	80,000,000													0
Prestamo Entidad Bancaria	50,000,000													0
Distribucion de Excedentes														0
CAJA FINAL	77,328,632	63,735,104	87,149,076	78,753,548	106,122,521	95,757,493	84,781,465	76,555,437	103,924,409	91,963,381	109,444,854	101,218,826	106,872,298	106,872,298

Tabla No 15: Flujo de Caja 2019

ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total 2019
Caja Inicial	106,872,298	54,463,670	72,929,040	67,995,747	103,583,632	96,418,895	88,817,645	84,076,395	119,664,280	110,691,275	135,076,623	130,335,373	106,872,298
Ingresos Netos	40,009,063	81,938,560	45,898,397	86,419,575	86,419,575	46,090,440	46,090,440	86,419,575	86,419,575	75,217,038	46,090,440	68,047,414	795,060,090
TOTAL DISPONIBLE	146,881,360	136,402,230	118,827,437	154,415,322	190,003,207	142,509,335	134,908,085	170,495,970	206,083,855	185,908,313	181,167,063	198,382,786	901,932,388
Inversiones en activos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por compra de materia prima o insumo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por nómina	7,811,258	12,651,258	7,151,258	7,151,258	7,151,258	10,011,258	7,151,258	7,151,258	7,151,258	7,151,258	7,151,258	12,871,258	100,555,101
Egresos por gastos de operación	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	41,938,000	503,256,000
Egresos por gastos de administración y ventas	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	376,364	4,516,365
Egresos por gastos preoperativos diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos iva	40,926,000	0	0	0	42,752,622	0	0	0	44,560,890	0	0	0	128,239,512
Egresos refluente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por gastos financieros	783,014	772,580	761,959	751,147	740,143	728,941	717,539	705,933	694,119	682,094	669,854	657,394	8,664,718
Egresos por pagos de Capital	583,054	593,488	604,109	614,920	625,925	637,127	648,529	660,135	671,948	683,974	696,214	708,673	7,728,096
Egresos impuestos locales	0	7,141,500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7,141,500
Egresos impuesto de renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos impuesto de consumo de bolsas plásticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	92,417,690	63,473,190	50,831,690	50,831,690	93,584,312	53,691,690	50,831,690	50,831,690	95,392,580	50,831,690	50,831,690	56,551,690	760,101,292
NETO DISPONIBLE	54,463,670	72,929,040	67,995,747	103,583,632	96,418,895	88,817,645	84,076,395	119,664,280	110,691,275	135,076,623	130,335,373	141,831,096	141,831,096
Aporte de Socios (capital inicial dueña del negocio)													0
Prestamo Entidad Bancaria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Distribucion de Excedentes	0												0
CAJA FINAL	54,463,670	72,929,040	67,995,747	103,583,632	96,418,895	88,817,645	84,076,395	119,664,280	110,691,275	135,076,623	130,335,373	141,831,096	141,831,096

Tabla No 16: Flujo de Caja 2018-2021

FLUJO DE CAJA				
	Total	Total	Total	Total
ITEM	2018	2,019	2,020	2,021
Caja Inicial	77,328,632	106,872,298	141,831,096	310,167,470
Ingresos Netos	701,730,000	795,060,090	982,694,271	1,214,610,119
TOTAL DISPONIBLE	779,058,632	901,932,388	1,124,525,367	1,524,777,589
Inversiones en activos	0	0	0	0
Egresos por compra de materia prima o insumo	0	0	0	0
Egresos por nómina	90,764,520	100,555,101	104,577,305	108,760,397
Egresos por gastos de operación	483,900,000	503,256,000	523,386,240	544,321,690
Egresos por gastos de administración y ventas	4,065,000	4,516,365	5,386,541	6,454,250
Egresos por gastos preoperativos diferidos	0	0	0	0
Egresos iva	77,064,000	128,239,512	156,523,678	191,228,247
Egresos retefuente	0	0	0	0
Egresos por gastos financieros	10,146,388	8,664,718	6,831,592	4,563,643
Egresos por pagos de Capital	6,246,427	7,728,096	9,561,222	11,829,171
Egresos impuestos locales	0	7,141,500	8,091,320	10,000,871
Egresos impuesto de renta	0	0	0	0
Egresos impuesto de consumo de bolsas plásticas	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	672,186,334	760,101,292	814,357,897	877,158,269
NETO DISPONIBLE	106,872,298	141,831,096	310,167,470	647,619,320
Aporte de Socios (capital inicial dueña del negocio)	0	0	0	0
Prestamo Entidad Bancaria	0	0	0	0
Distribucion de Excedentes	0	0	0	0
CAJA FINAL	106,872,298	141,831,096	310,167,470	647,619,320

Hay un aporte de dinero de la dueña del negocio de recursos propios de 80.000.000 pesos colombianos y una financiación bancaria por 50.000.000 pesos colombianos, para iniciar el negocio. El negocio no muestra una gran cantidad en pesos en activos solamente cuenta con 8.653.200 pesos colombianos y una deuda que ya se mencionó que está por encima de estos activos. El mayor egreso de la compañía se da por egresos de gastos de operación que corresponden en promedio a aproximadamente al 66.13% de los egresos. Estos egresos corresponden en su mayoría al pago que se les entrega a los estilistas aproximadamente 89.83% de los gastos totales de operación.

9.2 Estado de Resultados

Tabla No 17: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS				
ITEM	2,018	2,019	2,020	2,021
Ventas netas	621,000,000	703,593,000	869,640,948	1,074,876,212
Costos variables	0	0	0	0
Costo nomina	96,924,520	100,801,501	104,833,561	109,026,903
Gastos de Operación	492,772,140	513,077,959	535,117,751	558,413,406
Gastos de Administración y Ventas	4,065,000	4,516,365	5,386,541	6,454,250
Gastos preoperativos (diferidos)	44,018,170	0	0	0
Gastos financieros	10,146,388	8,664,718	6,831,592	4,563,643
Utilidad gravable	-26,926,217	76,532,457	217,471,504	396,418,009
Impuesto de Renta	0	26,021,036	73,940,311	134,782,123
Utilidad neta	-26,926,217	50,511,422	143,531,193	261,635,886
Reserva legal	0	0	0	0
Utilidad del periodo	-26,926,217	50,511,422	143,531,193	261,635,886
ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS				
Costos variables	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Costo nomina	15.6%	14.3%	12.1%	10.1%
Gastos de Operación	79.4%	72.9%	61.5%	52.0%
Gastos de Administración y Ventas	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
Gastos preoperativos (diferidos)	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%
Gastos financieros	1.6%	1.2%	0.8%	0.4%
Utilidad gravable	-4.3%	10.9%	25.0%	36.9%
Impuesto de Renta	0.0%	3.7%	8.5%	12.5%
Utilidad neta	-4.3%	7.2%	16.5%	24.3%
Reserva legal	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Utilidad del periodo	-4.3%	7.2%	16.5%	24.3%

La compañía para el primer año 2018 inicia sin utilidad. Muestra utilidad a partir del segundo año de operaciones. La compañía recupera la inversión en 3.2 años de funciones.

9.3. Balance General

Tabla No 18: Balance General

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	Año 0	2018	2019	2020	2021
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	77,328,632	106,872,298	141,831,096	310,167,470	647,619,320
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	0	0	0	0
Anticipo Impuesto de Renta (Retefuente)	0	37,260,000	79,475,580	105,633,001	96,185,263
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	77,328,632	144,132,298	221,306,676	415,800,471	743,804,583
ACTIVO FIJO					
Activos depreciables	8,653,198	8,653,198	8,653,198	8,653,198	8,653,198
Depreciación acumulada	0	1,730,640	3,461,279	5,191,919	6,922,558
Activos amortizables	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0
Gastos diferibles	44,018,170	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,671,368	6,922,558	5,191,919	3,461,279	1,730,640
TOTAL ACTIVOS	130,000,000	151,054,856	226,498,595	419,261,751	745,535,223
PASIVO + PATRIMONIO					
PASIVO					
TOTAL PASIVO	50,000,000	97,981,073	122,913,390	172,145,353	236,782,939
PATRIMONIO					
Capital	80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	-26,926,217	23,585,205	167,116,398
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	0	-26,926,217	50,511,422	143,531,193	261,635,886
Reserva Legal	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	80,000,000	53,073,783	103,585,205	247,116,398	508,752,284
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	130,000,000	151,054,856	226,498,595	419,261,751	745,535,223
Prueba de balance	0	0	0	0	0
endeudamiento patrimonial		1.85	1.19	0.70	0.47
endeudamiento del activo fijo		7.67	19.95	71.39	293.97
apalancamiento		2.85	2.19	1.70	1.47
endeudamiento del activo		0.65	0.54	0.41	0.32

El análisis del endeudamiento del activo (relación pasivo total/activo total) en el ejercicio de cada uno de los años muestra un índice para el primer año (2018) un 0.65 (65%), significa que los activos de la empresa están comprometidos en un 65% con los acreedores. Con el paso de los años al cuarto año (2021) esta relación cae a 0.32 (32%), significa que la empresa va presentando un grado de independencia frente a los acreedores en el tiempo.

El índice de propiedad (Patrimonio/activo fijo) muestra valores por encima de 1.0 con valores de 7.67 en el primer año y 293.97 en el último año mostrando que la compañía presenta desde el inicio un menor endeudamiento externo.

El índice de apalancamiento (activo total/patrimonio) muestra valores en cada uno de los años por encima de la unidad; para el primer año se encuentra en 2.85 (2018) y en el 2021 va en 1.47, evidenciando que la compañía va pagando cada vez más con sus activos el capital invertido.

10. ANÁLISIS DE RIESGOS

10.1. Riesgo de Mercado

En el análisis de riesgos se identifican la aparición constante de nuevos emprendedores de negocios como la diversificación de servicios en negocios que están actualmente ofreciendo sus productos en el mercado colombiano. Esto trae consigo el buscar alternativas continuas de desarrollo y mejoras en el servicio entregado en el negocio, de manera que en el tiempo se mantenga una fidelización de clientes.

El mantener fidelizados a los estilistas es uno de los grandes retos de este proyecto, el lograr que perciban mayores ingresos que en sus antiguos trabajos y el manejo de sus tiempos, debe ser una constante para poder aumentar los servicios realizados por ellos y atraer una mayor cantidad de estilistas. Hay que recordar que el mercado de la belleza presenta un alto grado de informalidad, como se presentó anteriormente y como tal en este aspecto se presenta una vulnerabilidad alta. Se espera a través del trabajo de fidelización de clientes con entregas de servicios gratis por cierta cantidad de servicios adquiridos (un servicio de peinado o cepillado por cada diez servicios adquiridos), con análisis a futuro la posibilidad de anexar servicios con descuentos a clientes durante su mes de cumpleaños (el servidor debe dar la posibilidad de poder contar con la información necesaria para poder

lograr establecer este requerimiento), a su vez el poder entregar a los estilistas un porcentaje mayor por cantidad adicional de servicios generados vs una meta, debe redundar en poder mitigar el riesgo mencionado.

10.2. Riesgo Técnico

Todo negocio cuya operación dependa de la parte tecnológica, tienden a sufrir rápidamente en una obsolescencia en sus equipos, esto conlleva a estar en permanentes actualizaciones de éstas tecnologías de manera que redunden en una mayor eficiencia y no perder oportunidades de interacción con los equipos inteligentes de los diferentes usuarios, que se van actualizando igualmente de manera veloz.

10.3. Riesgo Financiero

No se tiene un respaldo de activos para contrarrestar alguna situación con deuda financiera, los activos tecnológicos presentes en el negocio son aplicables solo para el mismo. La APP representa el activo de mayor costo y por ser un recurso tecnológico, su grado de obsolescencia es muy alto. Luego este activo no se ajusta para respaldar una deuda.

11. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Teniendo en cuenta las siguientes simulaciones entre las variables se puede decir lo siguiente:

Tabla No.19: Relación sensibilidad costo vs precios de servicio

		precios				
		30,000	35,000	40,000	43,125	45,000
	106,678,073					
costo	44,290	(56,252,962)	5,816,004	67,884,969	106,678,073	129,932,309

		Simulacion de precios				
		30,000	35,000	40,000	43,125	45,000
	106,678,073					
costo variable	30,000	121,143,443	165,082,901	206,048,419	231,651,867	247,013,936
	35,000	59,074,477	121,143,443	165,082,901	190,686,350	206,048,419
	40,000	(2,994,488)	59,074,477	121,143,443	149,720,832	165,082,901
	44,290	(56,252,962)	5,816,004	67,884,969	106,678,073	129,932,309
	48,000	(102,304,833)	(40,235,867)	21,833,098	60,626,202	83,902,064
	52,000	(151,960,005)	(89,891,040)	(27,822,074)	10,971,029	34,246,891

En esta combinación prevalece que a menor costo vs un aumento en el precio del servicio, los valores presentes netos van en aumento y continúan creando valor (Una combinación ideal muestra un costo entre 30.000 y 35.000 pesos y con precios por encima de los 35.000 pesos por servicio (entrega valores mayores a los obtenidos en el estudio).

Tabla No. 20 : Relación sensibilidad costo vs cantidad de servicios

		Cantidad de servicios				
	106,678,073	5,000	10,000	14,400	20,000	25,000
costo	44,290	116,121,891	111,100,340	106,681,374	101,057,236	96,035,684

		Cantidad de servicios				
	106,678,073	5,000	10,000	14,400	20,000	25,000
costo variable	30,000	161,455,746	198,794,108	231,651,867	273,470,832	310,809,195
	35,000	147,231,608	170,345,832	190,686,350	216,574,281	239,688,505
	40,000	133,007,470	141,897,557	149,720,832	159,677,729	168,567,815
	44,290	116,121,891	111,100,340	106,681,374	101,057,236	96,035,684
	48,000	100,130,512	79,117,581	60,626,202	37,091,719	16,078,788
	52,000	82,889,133	44,634,822	10,971,029	(31,873,798)	(70,128,109)

En esta simulación para los rangos simulados se pierde valor por encima de los 20.000 servicios y con costos mayores a 52.000 pesos por servicio. En esta matriz quedan abiertas varias oportunidades para lograr mejores VAN comparados con el estudio. Acorde al esquema de costos y gastos planteados el costo efectivamente se va a disminuir acorde a los servicios realizados por los estilistas. Esto significa que podría manejarse una cantidad de servicios menores y con esto se lograría mejores VAN.

Dentro de los resultados y combinaciones anteriores, se pueden generar gran variedad de escenarios optimistas y pesimistas. A continuación se presenta uno de esos escenarios en donde se puede observar con una combinación de precios, costos y cantidad de servicios como puede variar la TIR y el VPN.

Tabla No. 21 : Escenarios Optimista y Pesimista

Resumen de escenario			
	Valores actuales:	Optimista	Pesimista
Celdas cambiantes:			
precio	43125	43500	30000
Costo	44290	30500	48000
Servicios	14400	10000	18138
Celdas de resultado:			
TIR	36.51%	63.95%	-2.57%
VPN	106,678,073	198,082,901	-160,308,281

12. EVALUACION DEL PROYECTO

Tabla No 22: Flujo de Caja Neto

FLUJO DE CAJA NETO					
	Año 0	2018	2019	2020	2021
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	0	-26,926,217	50,511,422	143,531,193	261,635,886
Total Depreciación	0	3,461,279	3,461,279	3,461,279	3,461,279
Pagos de capital		6,246,427	7,728,096	9,561,222	11,829,171
Total Amortización	0	0	0	0	0
EBITDA		-23,464,938	53,972,701	146,992,472	265,097,165
1. Flujo de fondos neto del periodo		-29,711,364	46,244,605	137,431,250	253,267,994
Inversiones de socios	80,000,000	0	0	0	0
Préstamo	50,000,000	0	0	0	0
2. Inversiones netas del periodo	130,000,000	0	0	0	0
3. Liquidación de la empresa					
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-130,000,000	-29,711,364	46,244,605	137,431,250	253,267,994
Balance de proyecto	-130,000,000	-180,511,364	-163,148,578	-51,821,101	193,155,517
Periodo de pago descontado	3.21				
Tasa interna de retorno	36.51%				
Valor presente neto	106,678,073				
Tasa mínima de retorno	16.00%				

Se obtienen para el proyecto una tasa mínima de retorno del 16% para el tiempo evaluado.

El negocio genera un Ebitda positivo desde el segundo año de operaciones y se logra la

recuperación en aproximadamente tres años y dos meses. Según los flujos de fondo obtenidos el TIR de este proyecto es del 36.52%, mayor al esperado. El valor presente neto de la compañía es de 106.678.073 pesos colombianos, esto significa que el proyecto crea valor.

Con base a lo mencionado en el análisis de sensibilidad y lo encontrado en la evaluación del proyecto, la idea de negocio es factible en su escenario optimista en la manera de poder ingresar la mayor cantidad de estilistas certificados a la plataforma con los que se puedan obtener mayores servicios y mantener servicios diarios por estilista alrededor de ocho promedio y máximo diez. El escenario pesimista se generaría en el no lograr fidelizar a los estilistas de manera que no encuentren el incentivo en el tiempo para quedarse con la organización, de ahí la importancia de lograr presentar un plan de negocio robusto a los mismos y evitar que la idea de negocio fracase.

13. CONCLUSIONES

- Acorde a los resultados financieros obtenidos, El proyecto de negocio **Me** es factible como idea de negocio. Vinculando cinco estilistas y buscando contar con cada uno de ellos ocho servicios diarios los resultados visualizan una idea sostenible. A futuro se espera que al lograr una estabilidad del negocio, poder vincular más estilistas con el objetivo de mejorar ingresos y construir una empresa con un mayor Ebitda.
- El punto fuerte en cuanto a recurso humano de la empresa **Me** son los estilistas. Es claro en las entrevistas con ellos, que un aumento de ingresos sobre su trabajo es una justificación clara para hacer parte de **Me**. La informalidad en los salones de belleza y la dependencia completa del estilista en este trabajo, presenta una oportunidad para obtener fuerza de trabajo para la compañía. El reto de **Me**, es lograr generar una atmósfera de trabajo tal, donde el estilista se sienta a gusto y en el tiempo no sea fácil tomar una decisión de renunciar a la misma.
- Es importante ir generando oportunidades en el tiempo de diversificación del portafolio **Me**. Es claro que la relación estilistas – usuario final, es como un matrimonio hasta que la muerte los separe, sin embargo, a medida que los estilistas se vayan haciendo conocer y la estrategia de fidelización de **Me** hacia sus usuarios finales se fortalezca, el poder entregar nuevos servicios de mayor costo que mejoren los resultados finales de **Me**.
- El negocio **Me**, está soportada sobre tecnologías que día a día vienen siendo usadas en diferentes negocios. La fortaleza de esta tecnología es que está al alcance de

usuarios desde muy temprana edad hasta usuarios de la tercera edad. La población actual se han acostumbrados a las nuevas tecnologías (Smartphone) como se mencionó en el texto y esto debe verse como otra fortaleza para el negocio (no es una barrera).

Anexo No. 1 Encuesta

Para establecer las necesidades de los clientes y si están dispuestos a solicitar a domicilio por los servicios de cuidados del cabello, se diseñó una primera encuesta de 15 preguntas, las cuales se detallan a continuación:

La encuesta inicial fue contestada por 78 personas y arrojó una primera aproximación de las necesidades de los clientes.

ENCUESTA	
Cuidado del Cabello	
<p>1. Género</p> <p>1 Mujer</p> <p>2 Hombre</p>	<p>8. Para el cuidado de tu cabello prefieres</p> <p>1 Ir al salón de belleza.</p> <p>2 Ir a la barbería.</p> <p>3 Pedir al servicio a domicilio</p> <p>4 Lo haces en casa, tu mismo.</p> <p>5 No tengo preferencias- Me da igual.</p> <p>6 Otro</p>
<p>2. Edad</p> <p>1 18 ó menos</p> <p>2 19 a 25</p> <p>3 26 a 34</p> <p>4 35 a 44</p> <p>5 45 a 54</p> <p>6 55 a 64</p> <p>7 65 ó más</p>	<p>9. Principalmente ¿qué servicios compras?</p> <p>1 Corte de cabello</p> <p>2 Cepillado</p> <p>3 Tinte / Color</p> <p>4 Tratamiento _capilares / Keratinas, etc.</p> <p>5 Cuidado de la barba</p>
<p>3. Nivel Socioeconómico</p> <p>1 2 ó menos</p> <p>2 3</p> <p>3 4</p> <p>4 5 ó más</p>	<p>10. ¿Con qué frecuencia? _____</p>
<p>4. Ciudad o Barrio _____</p>	<p>11. ¿Cuánto pagas por ese servicio? _____</p>
<p>5. Ocupación</p> <p>1 Empleado</p> <p>2 Independiente</p> <p>3 Hogar</p> <p>4 Pensionado - Retirado</p> <p>5 Estudiante</p> <p>6 Sin empleo</p> <p>7 Otro</p>	<p>12. ¿Por qué prefieres visitar el salón de belleza?</p> <p>1 Me relaja</p> <p>2 Me atienden bien</p> <p>3 Me hace sentir bien</p> <p>4 son profesionales</p> <p>5 Me asesoran</p> <p>6 Por las comodidades que ofrece el establecimiento</p>
<p>6. Para tí: ¿Es importante el cuidado de tu presentación personal?</p> <p>1 Si</p> <p>2 No</p>	<p>13. ¿Es importante que te atienda siempre el mismo estilista?</p> <p>1 Si</p> <p>2 No</p>
<p>7. En el cuidado de tu presentación personal ¿es importante el cuidado del cabello?</p> <p>1 Si</p> <p>2 No</p>	<p>14. Si tu estilista pudiera ir a domicilio, ¿te gustaría?</p> <p>1 Si</p> <p>2 No</p> <p>3 Lo pensaría</p> <p>4 Otro</p>
<p>15. ¿Has pensado en pedir estos servicios a domicilio?</p> <p>1 Si</p> <p>2 No</p>	

15. BIBLIOGRAFIA

ANDI. (2016). *Balance 2016-Perspectivas 2017*. Bogotá.

Barbosa, C. V. (2017). *El duro panorama laboral de los peluqueros*. Bogotá: El Espectador.

Belleza, S. (2017). *Sector Belleza - Bogotá*. Bogotá.

Belleza, S. (2017). *Subdivisión Sector belleza*. Bogotá.

Calderon, P. (2014). *Bohra: Pensando en mujeres y belleza a domicilio*. Bogotá: Revista.

Cali, P. (2015). *Cali en cifras 2015*. Cali: Alcaldia de Cali.

Coomeva. (2016). *Bienvenidos a la Fundación Coomeva*. Cali.

DANE. (2015). *Población por Edad y Sexo - Geoportal DANE*. Bogotá: MiDANE.

DINERO. (2015). *Industria de la belleza vislumbra un buen futuro en Colombia*. Bogotá: Negocios.

Direccion Nacional de Derecho de Autor. (20 de 10 de 2017). *Direccion Nacional de Derecho de Autor*.

Duque, J. P. (2010). *Emprendimientos en los salones de belleza: Intersecciones de clase y género*. Bogotá: Congreso Nacional de sociología.

empleo, L. n. (2014). *5 aspectos legales a tener en cuenta al crear una APP*. Bogotá.

- Espectador, E. (2017). *La aplicación que le lleva la peluquería a domicilio*. Bogotá: El Espectador.
- Espectador, E. (2017). *La aplicación que le lleva la peluquería a domicilio*. Bogotá.
- Gerencie. (s.f.). *Gerencie*.
- ICESI, E. U. (2007). *Una mirada descriptiva a las comuna de Cali*. Cali: Universidad Icesi.
- Legal, G. (2015). *Cuánto me cuesta crear una empresa en Colombia*. Bogotá: Revista.
- Libre, M. (2017). *Abc Brand Peluquería movil a su domicilio en bogotá*. Bogotá.
- Opinion, L. (2016). *¿Sabe cuánto debe pagar para crear una emprsa?* Bogotá: Actualidad.
- Personales, F. (2017). *Esto es lo que realmente cuesta contratar un empleado con salario mínimo*. Bogotá.
- Robayo, D. P. (2017). *Conozca los requisitos para constituir una sociedad por acciones simplificadas "S.A.S"*. Bogotá: Centro Juridico Internacional.
- SalonPro. (2017). *Salones de belleza y peluquerías en Colombia*. Bogotá: Salonpro.
- TIEMPO, E. (06 de JUNIO de 2017). *EL TIEMPO*. Recuperado el 2017, de <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/habitos-de-consumo-en-el-uso-de-dispositivos-moviles-en-colombia-96270>
- Tiempo, E. (2017). *Tasa de desempleo en cali del 11,7 por ciento en el último trimestre*. Bogotá: El tiempo.

Vega, R. (2016). *Calculador Costo empleado*. Bogotá.

Yeeply.com. (2017). *Cuánto cuesta mi APP? Calculador de presupuestos*. Bogotá.