

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PELUQUERÍA MÓVIL
INFANTIL Y GERONTOLÓGICA PARA LA COMUNA 6 DE LA CIUDAD DE
PASTO- NARIÑO.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORIA SUROCCIDENTE

TÍTULO DEL PROYECTO DE GRADO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PELUQUERÍA MÓVIL
INFANTIL Y GERONTOLÓGICA PARA LA COMUNA 6 DE LA CIUDAD DE
PASTO- NARIÑO.**

AUTORA

DOLLY AMPARO BASANTE NATI

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO -EMPRENDIMIENTO
PASTO, MAYO 2022**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PELUQUERÍA MÓVIL
INFANTIL Y GERONTOLÓGICA PARA LA COMUNA 6 DE LA CIUDAD DE
PASTO- NARIÑO.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORIA SUROCCIDENTE

PROGRAMA ACADÉMICO

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO DE GRADO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PELUQUERÍA MÓVIL
INFANTIL Y GERONTOLÓGICA PARA LA COMUNA 6 DE LA CIUDAD DE
PASTO- NARIÑO.**

AUTORA

DOLLY AMPARO BASANTE NATI

ASESOR

RICARDO ANDRÉS SARRALDE ARELLANO

DOCENTE DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO -EMPRENDIMIENTO

PASTO, MAYO 2022

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
1.ASPECTOS GENERALES.....	11
1.Tema.	11
1.1. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio	11
1.2. Justificación de la idea de emprendimiento	13
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos	14
2. ESTUDIO DEL MERCADO	15
2.1. Antecedentes.	15
2.2. Marco contextual.	21
3.MÓDULO DE MERCADO	24
3.1. Tipo y enfoque de investigación.	24
3.2. Tamaño de la Muestra.....	26
3.3. Instrumentos para recolectar información.....	29
3.4. Análisis del Sector	29
3.5. Análisis del Mercado	33
3.5.1. Resultados de la investigación de mercados	34
3.6 Identificar el Cliente Real	50
3.7. Propuesta de Valor	51
3.8. Competencia.	52
3.9 Estrategias de mercadeo.....	57
3.9.1Estrategia de Venta.....	57

3.9.1.1 Concepto servicio.....	57
3.9.2 Estrategia de distribución	60
3.9.3 Estrategia de precio	60
3.9.4. Estrategia de promoción	61
3.9.5. Estrategia de comunicación.....	62
3.9.6. Estrategia de servicio.....	63
3.10. Presupuesto mezcla de mercado	64
3.11. Estrategia de alianzas comerciales.....	65
3.12. Proyección de Ventas.....	65
4. MÓDULO DE OPERACIÓN	69
4.1 Ficha Técnica.	69
4.2 Descripción del Proceso.....	70
4.2.1. Agendar cita	70
4.2.2 Movilización al sitio.....	70
4.2.3 Diagnóstico capilar.....	70
4.2.4. Decisión.....	71
4.2.5.- Corte de cabello	71
4.2.6.- Aplicación de coctel de frutas capilar y masaje.....	71
4.2.7 Peinado y cepillado	72
4.2.8.- Secado de cabello.....	72
4.2.9 Agenda de cita próximo mes	72
4.3. Estado de desarrollo	73
4.3.1. Prototipo y/o evidencias.....	73
5. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN.....	74

5.1. Estrategia Organizacional	74
5.1.1 Misión	74
5.1.2 Visión	74
5.2 Políticas	74
5.3. Principios y valores	75
5.4 Organismos de Apoyo	76
5.5. Estructura Organizacional	77
5.6 Aspectos legales	82
6. MODULO FINANCIERO	84
7. RENTABILIDAD	90
8. POSIBLES IMPACTOS	91
8.1 Impacto económico	91
8.2 Impacto regional	91
8.3 Impacto social	91
8.4 Impacto ambiental	92
9. RECOMENDACIONES	93
CONCLUSIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	95
RERERENCIAS	96

Resumen

El mundo de la belleza está involucrado en el desarrollo integral del ser humano, los servicios que en este sector se ofrece ayuda a elevar la autoestima de muchas personas que en algún momento de sus vidas tienden a caer en depresión por su aspecto físico o por su estado emocional contribuyendo en la parte psicológica y física.

Servicios como un corte de cabello, manicure, pedicura, masajes capilares con aromaterapias aportan a las personas en muchas ocasiones un cambio de estilo de vida.

Se tiene como población de estudio a los adultos mayores, los niños y las personas discapacitadas o con enfermedades mórbidas o con algún síndrome, con lo cual se encuentran aislados del ambiente normal de la sociedad y no pueden asistir con facilidad a una peluquería.

Esta población es un grupo de personas difíciles de tratar en todos los aspectos de la vida, por lo que su situación les causa, depresión, irritabilidad, angustia y mucha ansiedad especialmente en los abuelitos a tal punto que su sistema inmunológico se debilita, su parte física se deteriora y en ocasiones esta situación hace que pierdan la vida.

Por lo anterior surge la idea de hacer un cambio en la prestación de servicio de peluquería para este grupo de personas, y no esperar a que lleguen a la local si no por lo contrario llegar hasta sus casas logrando una atención especial con un servicio integral que satisfaga las necesidades básicas de higiene, seguridad y de autoestima.

Debido a esto se hizo indispensable construir una peluquería móvil implementada con materiales y con la arquitectura ideal que permitan visualizar un lugar acogedor y de relax con imágenes y decoraciones alusivas para niños y adultos mayores, acompañado de música de antaño y música apropiada para los pequeños, además de la disposición de

profesionales estilizadas capacitadas para la atención gerontológica e infantil donde por medio de la escucha de sus historias, de juegos lúdicos, con toda la paciencia y carisma se pueda prestar un servicio único en la ciudad de Pasto.

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios propuesto como emprendimiento para la opción de grado es la creación de una peluquería móvil infantil y gerontológica para la atención especializada de niños, adultos mayores y personas con enfermedades mórbidas o con algún síndrome quienes no puede movilizarse por sí mismas a un centro de estética y de belleza de tal manera que ellos puedan recibir los servicios de corte de cabello, peinados, masajes capilares y corporales con aromaterapias y un corte de uñas, así como un esparcimiento mental, que les permitan adquirir un estilo de vida más agradable, con servicios prestados en la cercanía y comodidad de su casa.

Es interesante conocer como el cambio de imagen del ser humano eleva la autoestima y colabora con la permanencia y activación de los anticuerpos, para así intentar estar más saludable, cosas tan sencillas como una sonrisa, un abrazo y un cálido beso son de mucho beneficio para este grupo de personas consideradas las más vulnerables (adultos mayores, niños y enfermos), las cuales, también requieren de atención en su aspecto físico y generar una buena presentación

Con lo anterior, se deduce que es necesario realizar visitas permanentes a los salones de belleza con la intención de adquirir un cambio de imagen, y mucho más ahora después de las largas jornadas a los que se estuvo sometido durante esta pandemia resaltando que los adultos mayores, enfermos y los niños fueron los más afectados, generando en ellos estrés, irritabilidad agresividad, depresión y angustia extrema

Con este plan de negocios se pretende crear una peluquería móvil, que permitan la atención de esta población mencionada, además se verificará la viabilidad del negocio, teniendo en cuenta la demanda existente en la comuna 6 y alineando la oferta de tal modo se pueda cubrir el 100% del nicho existente, por otra parte con el estudio técnico se logrará crear todo el diseño arquitectónico que se necesita para la adecuación óptima de esta peluquería teniendo en cuenta que la ingeniería del proyecto tendrá como base un volcú o cabina transportable en una van o vehículo.

Cabe resaltar que esta peluquería móvil cumplirá con todas las normativas legales ajustables a su modelo de negocio.

Y por último se verificará la rentabilidad del Spa sobre ruedas, con las proyecciones a de ventas de servicios y los costos adquiridos.

Palabras clave:

Personas en discapacidad: Personas con deficiencias físicas, intelectuales, sensoriales o mentales.

Adulto mayor: Persona que sobre pasa los 60 años

Niños: Persona que aún no ha alcanzado la madurez suficiente para independizarse

Corte de cabello: Acortamiento o modificación del tipo de peinado del cabello.

Masajes relajantes: realización de maniobras superficiales en las que la intensidad de la presión es suave y el ritmo es lento y reiterativo, de manera que, al recibir un contacto repetido y constante, se pierde la sensación de dolor y los músculos se relajan.

Mascarilla capilar: Mezcla de aceites y componentes vitamínicos que proporcionan nutrición y reparación al cabello.

Peluquería móvil: Camioneta en la que dentro de ella se ofrece servicios de peluquería

1.ASPECTOS GENERALES

1.Tema.

1.1. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio

Por el momento coyuntural que se pasó, a nivel mundial muchas personas dejaron a un lado el cuidado permanente del cabello, por lo que el interés prima en el cuidado de su salud, según la OMS durante la temporada del COVID 19, se tomaron medidas de emergencia clasificadas en fuentes primordiales como son sanitarias, sociales, de orden público, económicas y ecológicas las cuales han afectado al ser humano en general.

Cabe resaltar que el grupo más afectado en este tiempo fueron los adultos mayores y los niños, debido a que fueron obligados a aislarse para evitar el riesgo de contraer esta enfermedad que atentaban en contra de su salud y sumado a que el encierro, les causó depresión angustia y estrés, por lo que sus defensas bajaron, siendo ellos los más susceptibles a contraer el COVID 19 y en muchos casos, les causó la muerte; de hecho una gran aparte de adultos mayores perdieron la vida en este tiempo, muchos de ellos, se les determinó positivo para esta grave enfermedad, y debido a esto, muchas familias fueron afectadas por estos episodios tan dolorosos que el ser humano experimenta como lo es la pérdida de un ser querido.

En Colombia, se puede observar que la atención en salud a este grupo de personas de la tercera edad es realmente de muy mala calidad, debido a que las citas que se obtienen en las EPS en muchas ocasiones no son designadas en el tiempo necesario, de tal manera que no hay atención oportuna y por consiguiente los adultos mayores, los discapacitados y algunos

niños siguen siendo los que más sufren, y de hecho su parte psicológica se ve afectada y así mismo, su presentación personal.

La comuna 6 de la ciudad de Pasto no es ajena a esta situación, según la secretaría de salud de la alcaldía de San Juan de Pasto en su artículo publicado el 27 de septiembre del 2020, se puede evidenciar que la comuna 6 se encontró en segundo lugar en tener el mayor número de contagiados con un total de 996, después de la comuna 3 que tuvo 1036 contagiados. Por lo anterior, se enfatiza que este grupo de personas necesitan más atención y mayor dedicación. (secretaria de Salud, Pasto 2020)

Es necesario comprender que el ser humano en todas las etapas de su vida tiene evolución fisiológica de todo su cuerpo entre ellos el crecimiento del cabello y de las uñas, y un desgaste de las células y vitaminas naturales, las cuales hacen que se pierda la nutrición y belleza natural, por lo que se requiere interés en este aspecto, se deduce que el cabello crece proporcional al tiempo con un promedio de 1 cm por mes y las uñas en una proporción de 3 milímetros por mes, y si a esto se le suma el crecimiento del vello facial en hombres, ósea la barba, se puede identificar el mal estado personal y físico que aumenta el deterioro visible en los ancianos.

Los ancianos, los discapacitados y los niños no se pueden desplazar fácilmente para acceder a este servicio y por ende existe una opción de negocio.

1.2. Justificación de la idea de emprendimiento

En busca de una atención especial, prioritaria e integral para los adultos mayores, discapacitados y niños, se pretende ofrecer un servicio de atención especializada y dualizada en gerontología -peluquería y primera infancia-peluquería

Los adultos mayores, discapacitados y los niños son los más vulnerables dentro de la sociedad, para quienes los tumultos, las aglomeraciones y los sitios públicos son un peligro para su salud;

Los adultos mayores, enfermos y los niños necesitan de una atención competente para protegerlos en todo momento, en todos los sitios donde ellos se encuentran, y facilitar su asistencia, por lo tanto, es necesario crear una peluquería móvil, para uso exclusivo de niños, enfermos con discapacidad y adultos mayores, donde se los pueda atender, con mayor comodidad y seguridad, sin exponer su salud, diseñado con todos los protocolos de bioseguridad;

Los servicios de peluquería se complementan con el aprovechamiento de algunos productos capilares, los servicios de corte de cabello, peinado, masajes, aromaterapia que adquiridos en conjunto con la aplicación de tratamientos especiales para el cuidado del cabello, que proporcionan nutrición y belleza y permiten un estímulo en la parte física y mental, de ahí que se haya creado un coctel de frutas capilar con aromas calificados, destinado a la aplicación como fuente de relajación en el cabello y que combinado con estímulos y masajes proporcionarían una distensión y laxitud en todo su cuerpo.

Esta peluquería Móvil aportará un impacto social debido a que se pretende atender con carisma y con empatía a adultos mayores, los niños y discapacitados a quienes la sociedad los ha limitado, por su condición la que supone, que ya no pueden aportar a la sociedad, más en cambio generaran gasto ante la situación precaria económica en que se vive.

Se quiere impactar con el reconocimiento del valor que cada ser humano tiene, volver a rescatar el amor por los adultos mayores, tener compasión y humanidad por los discapacitados, tener mucha paciencia a quienes quieren recuperar alguna parte física, volver a encontrar lazos de familias, y valorar la compañía de aquellos que viven en sus casas en un rincón sin darle la importancia que se merecen, y que los niños sientan la alegría de sentirse acompañados a la hora de recibir un servicio de peluquería.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de una peluquería móvil infantil y gerontológica, con el fin de atender al adulto mayor, a la población discapacitada y niños, de la comuna 6 de la ciudad de Pasto, del departamento de Nariño para el año 2022

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado para analizar la oferta y la demanda necesarias para activar este nuevo servicio de peluquería móvil en el sector.
- Establecer un estudio técnico, operativo y administrativo que permita visualizar la probabilidad de la idea de negocio.

- Realizar el estudio financiero que determine la viabilidad de este plan de negocios, para proyectar la rentabilidad y permanencia en el mercado.
- Establecer los mecanismos de control legal, ambiental y social que determinen la idea de negocio.

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1. Antecedentes.

Según El artículo publicado a principios de este año 2022 por Curiosfera, donde explica la historia del arte de cortar el cabello y el lujo de tener una cabellera moldeada y perfumada viene desde el Pueblo Asirio donde damas y caballeros lucían “*cabelleras deslumbrantes en forma de pirámide*” y todo su cabello y su barba era el distintivo que los catalogaba como los ciudadanos de alto poder y preeminencia los cuales los lucían en sus grandes ceremonias.(Cuenya & Ruetti, 2010)

Los utensilios utilizados por los Asirios eran es ese momento barras de hierro y tenacillas lo que serán después las planchas eléctricas, “*una colección de peines de todo tamaño, navajas, cepillos y espejos*”

En este artículo se puede evidenciar como este arte avanza a través del tiempo, concluyendo que en Grecia también el cabello era uno de los rasgos de diferencia social, por otra parte, los bávaros llevaban el pelo corto, en cambio los musulmanes tomaron como muestra de sometimiento a Dios el afeitarse la cabeza.

Para el año 303 A.C los en Roma se monopolizó el arte y el negocio de las peluquerías y se conformó el gremio de peluqueros más poderosos para ese tiempo. .(Cuenya & Ruetti, 2010)

Desde entonces ha permanecido el arte de cuidar el cabello como una necesidad primaria y de excelente presentación personal en todas las edades del ser humano y por ende ha sido una gran industria en la economía donde se han desarrollado innumerables negocios que han lucrado en pequeñas proporciones a muchos países. .(Cuenya & Ruetti, 2010)

Con la publicación realizada por el periódico el espectador el 16 de marzo 2016 por Laura Villamil Barrera donde enfatiza que un cambio de imagen ha transformado los últimos 50 años el mundo de los negocios del sector de la belleza, debido a que su incremento de los locales llegó a 18.811 salones en Colombia. (El espectador 2016)

Tras el surgimiento de nuevos empleados y miles de usuarios que desean verse bien y sentirse bien en Colombia se hicieron alianzas con universidades para lograr que este trabajo de ser peluquero informal pase a ser una profesión reconocida y valorada. Laura Villamil concluye en su artículo que para junio de este mismo año 2013 el politécnico Gran colombiano ofrecería la preparación en esta formalidad laboral como peluqueros con el fin de que se garantice un futuro sostenible dentro del sector que permitan a los nuevos empleados seguridad social y un gran interés por este gremio. Es evidente que la presentación personal en cada ciclo de vida siempre será un aspecto positivo que genera bienestar, salud y vida, aún más el cuidado del cabello en relación de que su crecimiento natural siempre será indispensable obtener un servicio con profesionales de este conocimiento, y no será la excepción la necesidad en este campo que también experimentan los adultos mayores, discapacitados e infantes.

Según el Ministerio de Salud de Colombia en su investigación realizada el junio del 2013 y con soportes del DANE se puede constatar que los adultos mayores han tenido un deterioro mayor con proyección para el 2020 en comparación con los adultos mayores del año 1951, además se destaca que la población de los adultos mayores creció en cuanto a su longevidad dado que la proporción de mujeres adultas mayores es superior a la de los hombres por lo que se concluye la expectativa de vida de las mujeres es mayor, como se muestra en las figuras 1 y 2.

Dice el ministerio de salud, que el índice de envejecimiento se ha cuadruplicado, al pasar de 12 a 49 personas de 60 años o más por cada 100 menores de 15 años. (Ministerio de salud 2013)

Cabe resaltar que se apunta a encontrar un nicho de mercado al cual pocos le han puesto esperanza en cuanto a los negocios, con los artículos mencionados anteriormente se calcula en 20 años habrá disminuido en gran porcentaje el número de jóvenes y niños a diferencia que habrá incrementado el número porcentual de los adultos mayores, las nuevas tecnologías y la nueva era determinan que los jóvenes no quieren tener hijos más bien sus mascotas serán los compañeros de vida, por tanto se presume que una gran parte de los habitantes de Colombia estarán en los rangos de vejez con muy poca posibilidad de acompañamiento responsable.

Gráfico 1. Índice de envejecimiento- Colombia-1951 a 2020

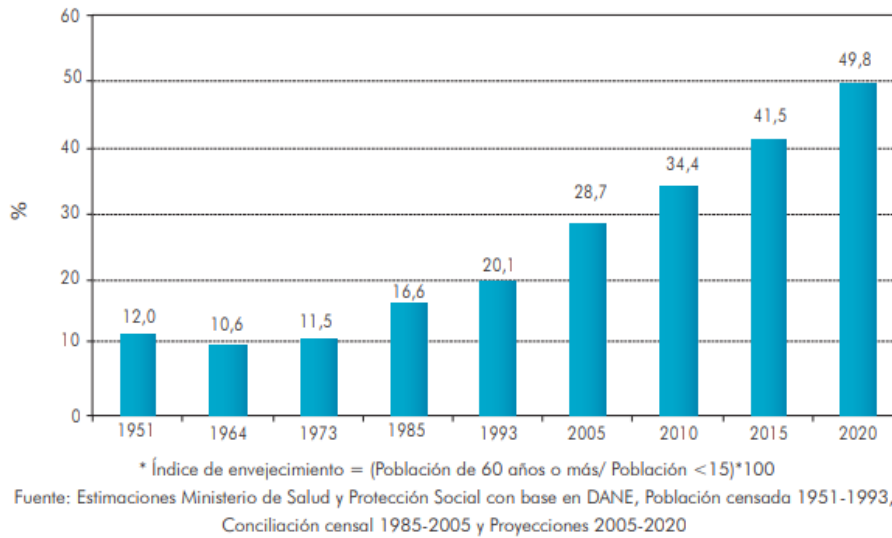


Gráfico 1. DANE. Proyección 2005 a 2020

Gráfico 2. Comparativo de envejecimiento por sexo

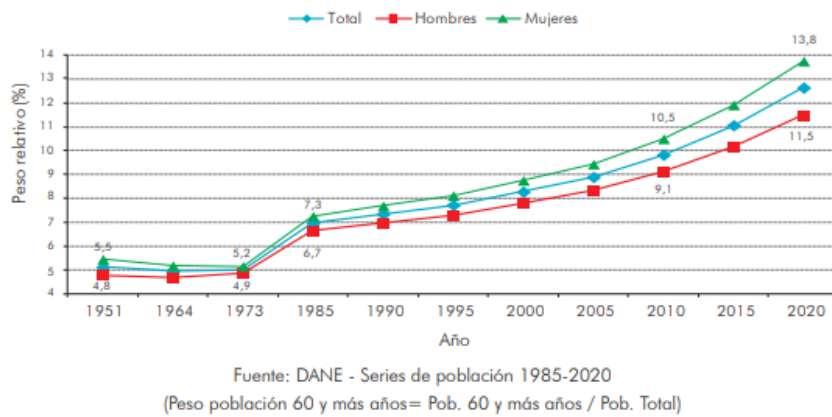


Figura 2. DANE. Proyección 2005 a 2020

Según el periódico el tiempo para el 23 de junio de 2020 Nariño registraba un total de 100 fallecimientos por el COVID 18, siendo una gran mayoría los adultos mayores de sexo masculino quienes superan los 60 años.

En cuanto a enfermos por COVID 19 para el año 2020 se puede descubrir que los adultos mayores de 60 años en adelante fueron los más afectados y contagiados por esta enfermedad. (Periódico El tiempo 2020)

Según la OMS y la OPS en la temporada de encierro a causa del virus COVID 19, muchas personas experimentaron miedo, desespero, y demasiada angustia al enfrentarse a esta nueva forma de vida donde se salió de toda rutina de trabajo y estudio, lo que causó interrupción en la salud mental especialmente de adultos mayores, niños y enfermos discapacitados. Para mitigar en algo, el gobierno colombiano junto con los colaboradores la OMS diseñaron ayudas humanas, tecnológicas y recursos psicológicos que permitan orientar a aquellos que no han pudieron discernir la etapa de confinamiento, pero han sido suficientes para lograr un 100% de bienestar y armonía por tanto, durante los años 2020 y segundo trimestre del año 2021 años dónde se presentó la pandemia, según el ICBF los niños considerados en etapas de primera infancia, también experimentaron periodos de largo encierro y descontrol, mental y personal. (Periódico El tiempo 2020).

Con respecto a los enfermos y discapacitados a nivel nacional, se han propuesto mecanismos que permita identificar a la población en discapacidad en sus múltiples clases, de tal manera que puedan recibir alguna ayuda y protección diferente, de tal manera que no se los excluya en todas las etapas de vida, de esta manera, para el año 2013 el Ministerio de salud y protección social ha creado un aplicativo web donde se pueden registrar las

personas con discapacidad y así poder caracterizar los desde cualquier distrito municipio o departamento, con el fin de favorecer su participación y permitir su inclusión en el cumplimiento de los derechos humanos. Ministerio de salud (2013)

Con lo anterior se concluye que se les ha dado gran importancia a los discapacitados, a nivel general debido a que se encuentran en una base de datos y se pueden verificar sus registros, pero específicamente no hay posibilidad de brindar una observación detallada de sus necesidades básicas entre ellas la presentación personal y por ende un corte de cabello y una excelente actitud y motivación.

Por este motivo se quiere crear un spa sobre ruedas para este grupo de personas discapacitados, a quienes sus familiares pretendan darle una mejor calidad de vida y aportar con algo básico y cotidiano como lo es asistir a una peluquería, que en esta oportunidad llegará a la puerta de su casa.

Los padres de Familia se están adecuándose a la nueva normalidad y ante el impacto socioeconómico que se presenta en la actualidad donde existe una gran frustración por recuperarse de lo vivido y de lo que se perdió tanto físico como moral en pandemia, los hogares han regresado a sus trabajos con horarios extendidos dejando a sus pequeños al cuidado de otro integrante de la familia o de otro menor, a tal punto que no hay tiempo para llevar a sus hijos a los centros de estética peluquerías o barberías para obtener un servicio de corte de cabello, por tanto la frecuencia de este servicio se ha extendido por motivos económicos y de tiempo ya que sus padres presentan horas mínima de descanso por lo tanto se les dificulta llevar a sus pequeños a la peluquería, es aquí donde se quiere hacer un

aporte la creación de un spa sobre ruedas, donde se les brinde servicio de peluquería de forma lúdica y recreativa.

2.2. Marco contextual.

El plan de negocios está destinado en primera instancia atender los 36 barrios que corresponden a la comuna 6 de Pasto, especialmente a los adultos mayores, discapacitados y niños menores de 9 años, entre los estratos 2 y 3.

A nivel mundial se ha podido determinar la existencia de grupos de personas llamadas vulnerables, personas indefensas quienes por su edad, ámbito social, y desarrollo económico no pueden subsistir y desenvolverse por sí mismos entre ellos los niños adultos mayores, niños, enfermos con discapacidades físicas y mentales, madres solteras, adolescentes discriminados por la violencia y un sin número de clases de vulnerabilidad, por tanto este grupo siempre necesitarán de un apoyo físico, mental y económico por parte de agentes que les permita vivir dignamente como uno de los derechos fundamentales del ser humano.

Sánchez y Egea en su artículo publicado en el 2011, determinan a los adultos mayores como los más desfavorecidos de la sociedad y proponen despertar expectativas en las políticas sociales y una planificación gerontológica con el fin de encontrar un alivio y una mejor calidad de vida a ellos, los ancianos quienes nos han heredado sus conocimientos vivenciales como experiencias de vida continua. (Sánchez y Egea 2011),

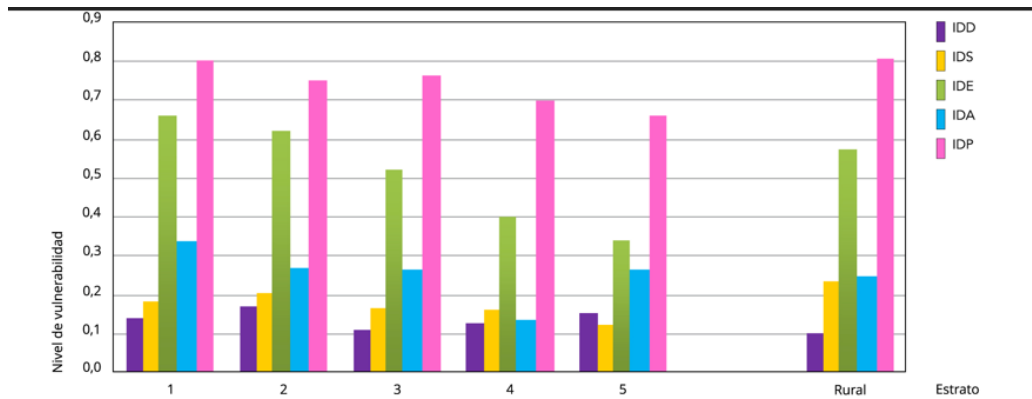
En Colombia donde la violencia se desarrolla a grandes velocidades y donde la política se ha convertido en politiquería de tal modo que la economía a mayor escala es repartida

entre unos pocos dejando a un lado a los más frágiles y débiles y si a esto se le añade que la salud en Colombia se camufla con ser gratuita, no hay excepción para encontrar grupos de personas considerados en vulnerabilidad.

Por otra parte en el departamento de Nariño como zona fronteriza donde está siendo azotada por la llegada de personas de otra nacionalidad, es importante comprender que el número de vulnerables ha ido subiendo de manera progresiva, por tanto en Pasto, según la edición de Comunas-Pasto tierra cultural por Mario Guerrero Ortiz, directamente la comuna 6 la comprende más de 36 barrios donde la mayoría son estratos 1 y 2, esto con lleva a determinar un gran número de este grupo de personas quienes necesitan el apoyo personal, económico y social para darles una mejor calidad de vida y cambiar el rumbo de convivencia al que normalmente estaban acostumbrados. (Mario Guerrero Ortiz 2017)

Según el DANE 2019, para el municipio de Pasto, del año 2017 se han podido concretar diferentes índices de vulnerabilidad lo cual afirma que efectivamente los estratos 1 y 2 son aquellos que presentan un alto nivel de vulnerabilidad especialmente en el índice económico, como se indica en la gráfica 3 y 4 donde se puede observar el nivel y la dimensión de la vulnerabilidad. (DANE 2019)

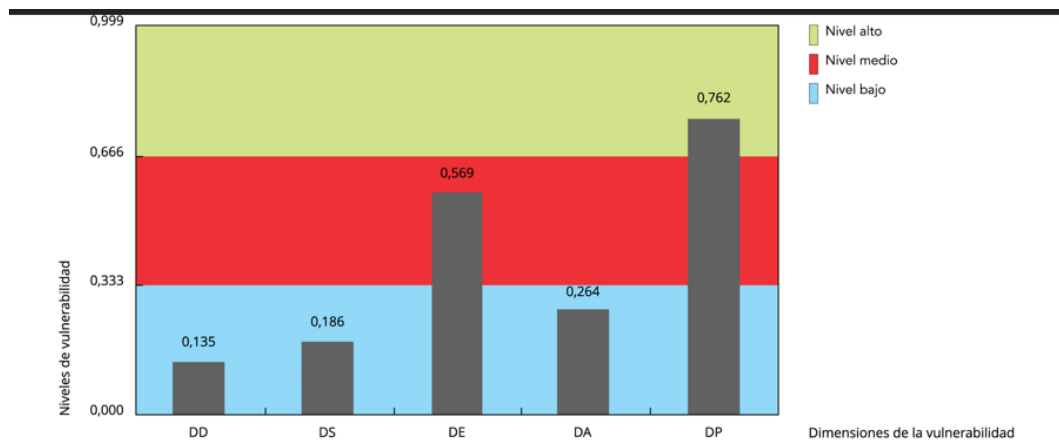
Gráfico 3. Dimensiones de vulnerabilidad



índice de la dimensión ambiental-geográfica; IDD: índice de la dimensión demográfica; IDE: índice de la dimensión económica; índice de la dimensión de previsión y percepción; IDS: índice de la dimensión social.

Gráfico 3. DANE 2019

Gráfico 4. Niveles de Vulnerabilidad



: dimensión ambiental-geográfica; DD: dimensión demográfica; DE: dimensión económica; DP: dimensión de previsión y percepción; dimensión social.

Gráfico 4. DANE 2019

3.MÓDULO DE MERCADO

3.1. Tipo y enfoque de investigación.

Para este plan de negocios se ha tomado una investigación exploratoria, como dice Esteban Nieto, en su artículo: *“Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental, ni leído algún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario sobre el lugar.”*

(España et al., s. f.) Por lo tanto, este plan de negocios coincide en con lo que dice Nieto, no se ha logrado evidenciar otro plan de negocios similar, no existe hasta el momento, una peluquería móvil para este grupo de personas, más bien se encontró algunos servicios a domicilio en peluquerías enfocadas a otro nicho de mercado, secretarías y ejecutivos, los cuales se activaron en pandemia, pero realmente para la población antes mencionada concretamente no existe un lugar especial, cómodo y seguro para ellos.

También se define que este plan de negocios tiene un tipo de investigación deductivo, para refutar este concepto se toma lo que dice Prieto (2017), en su artículo, donde propone que las percepciones y razonamientos humanos van de lo general a lo particular, por lo tanto este plan de negocios está siendo analizado, en primera instancia, desde los habitantes de Colombia, pasando por el municipio de Pasto, y posteriormente ya se enfatiza en la comuna 6 de este municipio, por lo tanto se ha tomado la población adulta mayor, los discapacitados y los niños desde el ámbito regional , y se ha ido estipulando la necesidad que este grupo de personas tiene en cuanto al servicio peluquería MOVIL la cual se intenta crear, llegando a la conclusión de que hasta, este momento, no hay un registro de negocios que aporten este servicio en calidad de móvil, y por supuesto, se determinó que en

la ciudad de Pasto, específicamente la comuna 6 no cuenta con una peluquería móvil destinada para esta población.

Según Abreu, y Jose Luis, Julio (2012) en su artículo Hipótesis, método y diseño de la investigación, dice que:” *la investigación descriptiva puede ser cuantitativa o cualitativa, incluyendo las colecciones de información cuantitativa que pueden ser tabuladas a lo largo de un continuo en forma numérica. A menudo utiliza ayudas visuales tales como gráficos y tablas para ayudar en la comprensión de la distribución de los datos*, por lo tanto, para este plan de negocios se tomará este enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo, donde es necesario utilizar como instrumento una encuesta, que permita analizar variables para la toma decisiones.

Cuantitativo, como lo afirma Bryman, (2004:19)” *Para la investigación cuantitativa, el conocimiento debe ser objetivo con un proceso deductivo, el cual se puntea con números para a través de un análisis estadístico inferencial se puedan tomar resultados, donde se pueda generalizar.* (Bryman, 2004:19), uniendo los conceptos que da Bryman, se deduce que este plan de negocios es posible evaluarlo y sistematizarlo, numéricamente con los datos que se obtienen en la encuesta previa realizada, y así definir el segmento de adultos mayores, enfermos discapacitados y niños que se va a atender, y todas sus características específicas con el fin de brindarles la apropiada atención y prestación del servicio.

Y con respecto al enfoque cualitativo dice Bonilla, E. & Rodríguez, P. (2005) en su artículo,” *el método cualitativo se orienta profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, si no cualificar y describir el fenómeno social a partir de los rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada*”. Con lo anterior es prudente decir que

los dos enfoques no se han de separar que estos dos se complementan, por lo tanto, en este caso ha sido un complemento para tomar características de la población en estudio y de esta manera cualificar su vivencia, sus carencias, y sus debilidades, en cuanto a que se los ha tomado como vulnerables y personas dependientes a la hora de asistir a un lugar determinado.

3.2. Tamaño de la Muestra.

Para definir la muestra de este plan de negocios se ha tomado la fórmula de poblaciones finitas, donde la población de estudio corresponde a los adultos mayores, discapacitados y niños de la comuna 6 de la ciudad de Pasto.

Para el 2020 según el DANE la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Pasto sería igual al que se tuvo en el periodo del 2015 al 2017(+1.2%/año) de donde la última población de la ciudad de Pasto conocida fue de 450.600 habitantes para el año 2017 por lo tanto este incremento nos da como resultado 472.729 habitantes.

El DANE con censo a 2018 y proyección a 2020 y su entidad territorial reportó que en Colombia hay 6.808.641 adultos mayores que equivale al 13,5% del total de la población.

En Pasto con 472.729 habitantes le corresponde el 0,08% a la comuna 6 para un total de 378.184 habitantes y el 13,5% del total de la comuna 6 es para los adultos mayores con 5.055 ancianos dentro de este sector de la ciudad de Pasto que comprenden mujeres y hombres mayores de 60 años. DANE (2020).

Gráfico 6. Proyecciones de población 2018

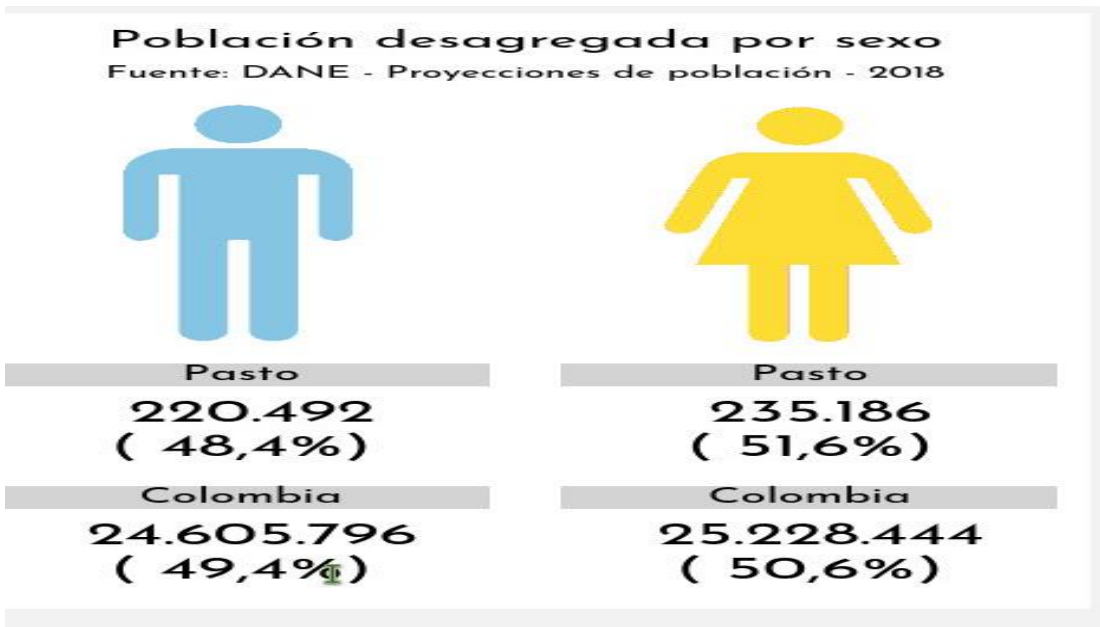
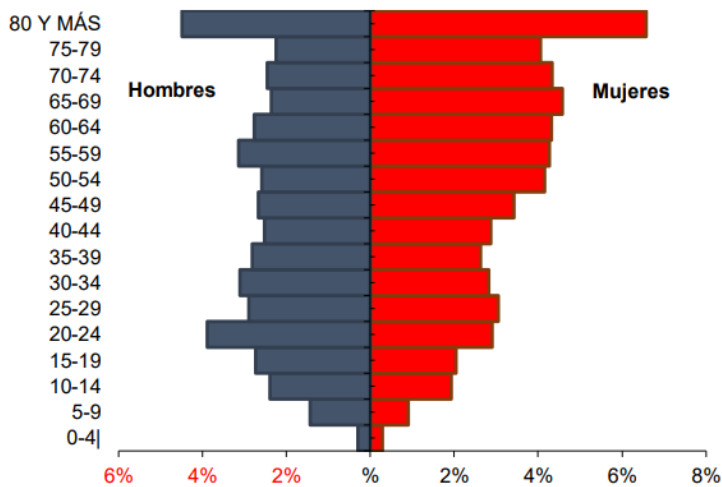


Gráfico 6 DANE 2020

Gráfico.7 Pirámide de la población en discapacidad

FIGURA 47. PIRÁMIDE DE LA POBLACIÓN EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD, MUNICIPIO DE PASTO, 2018



Fuente: Registro para la Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD). Datos disponibles en el cubo de discapacidad del Ministerio de Salud y Protección Social.

Gráfico .7 DANE 2020

Con respecto a la población en discapacidad según el plan territorial de la ciudad San Juan de Pasto, (2020-2023) un porcentaje más elevado les corresponde a los adultos mayores de 80 años como se muestra en la figura 7 y 8.

Gráfico .8 DANE 2020

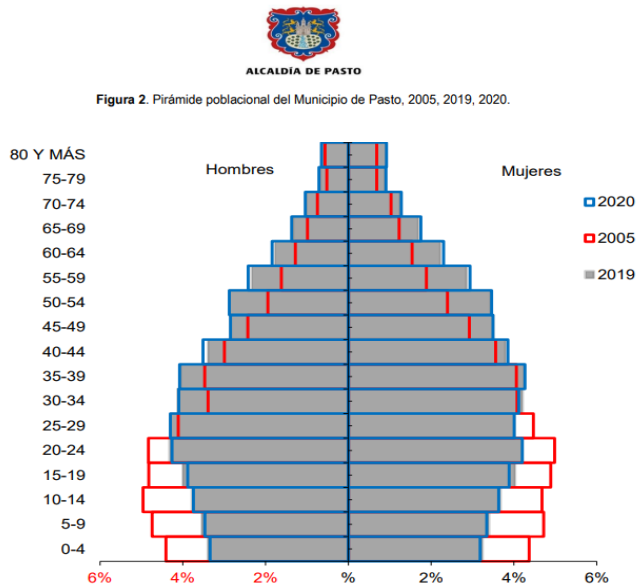


Gráfico .8 DANE 2018

Tabla 1. Relación de la muestra

Total /Habitantes de Pasto	% adulto mayor en toda la ciudad	N°Adulto mayor en Pasto	% de la comuna 6	Total de adulto mayor en la comuna 6
472.729	4%	18.909	0,08%	1.512
Total /Habitantes de Pasto	% menores de 9 años en toda la ciudad	N° de niños menores de 9 años en Pasto	% de la comuna 6	Total de niños menores de 9 años en la comuna 6
472.729	3%	14.182	0,08%	1.134
Clientes potenciales				2.646

Tabla 1. Elaboración propia

Con respecto a la tabla 1. se toma la siguiente fórmula que corresponde para poblaciones finitas

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

N: 2.646

n: Representa la muestra.

p: 50 % 0,5

q: 50 % 0,5

z: 90%= 1,65

e= Margen de error (10%) 0,1

n= 67 Encuestas

3.3. Instrumentos para recolectar información

Para este plan de negocios peluquería Móvil SPA SOBRE RUEDAS se ha determinado realizar 67 encuestas el cual corresponde al tamaño de la muestra dentro de la comuna 6.

Link de la encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeLAaMMBvH0Dcx7zrfs81HIL0u5azMFhIHQUmmJfiRFfhAchg/viewform?usp=sf_link

3.4. Análisis del Sector

Para el año 2019 según el diario la República en Colombia, el sector terciario que corresponde al de servicio y en el área de la belleza, las peluquerías estuvieron habilitadas con el servicio a domicilio (109.993), y la casa de habitación (88.7896) y en locales 61.872 las cuales concentraron el 99,6% de los pequeños negocios a nivel nacional. (La República 2019)

Según la revista Semana (marzo -2022) en la capital del país, medio billón de pesos se gastó en el 2020 en servicios de belleza y de peluquería, donde se conformaron 9.432 micronegocios para este sector, algunos informales debido a la necesidad de generar dinero en este tiempo de crisis económico donde la pandemia arrasó y dejó en banca rota a múltiples MiPymes.

Según Fenalco, dice la revista Semana, (2022) que este sector mueve cerca de 6 mil millones de peso al año en cuanto a artículos de belleza especialmente en artículos para el cuidado de las uñas, además afirma que solo en Bogotá hay más de 36 mil establecimientos de belleza entre peluquerías y barberías donde el 80% son unipersonales capaces de generar empleo, es importante aclarar que este sector de la belleza para el año 2017 generó una cifra cercana a los 300 mil millones de pesos con una proyección porcentual de crecimiento para el 2020 de 10% a 15% (Revista semana 2022)

Según la directora de la belleza y salud Marcela Sánchez en este sector surgen nuevas tendencias de consumo entre ellas los servicios solicitados por los hombres en las barberías, y por consiguiente surgen también productos especializados para el cuidado del cabello y en general para todas las necesidades masculinas como geles, shampoo y mascarillas; de acuerdo a esto ella concluye que esta actividad es muy rentable para el comercio al que hay que enfrentarse desde ya y con la reactivación económica se tiene la certeza de que es una gran oportunidad para la economía, del País. (La República 2019)

Según el DANE 2020, *“el 94,3% los propietarios de la unidad económica a pequeña escala, dedicadas a actividades de peluquería y belleza son trabajadores a cuenta propia.”* (DANE Colombia 2020).

Con lo anterior se deduce que hay posibilidad de pertenecer a este sector de la economía, con proyecciones de llegar a ser una gran compañía que brinde este tipo de servicio a gran escala.

Gráfico 9. Micronegocios en Colombia

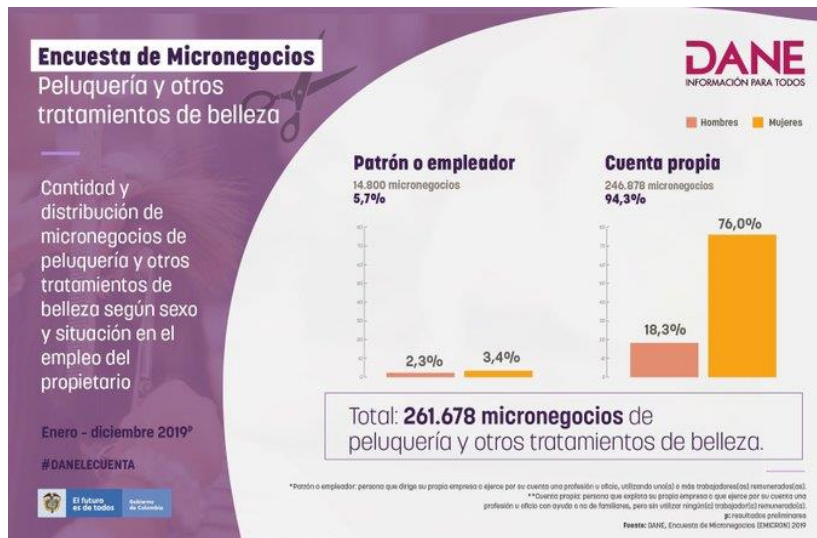


Gráfico 9. DANE 2020

Según Corpobelleza en el último reporte que se tiene para el 2017, el crecimiento interanual fue de 8,6 % y se facturó un promedio de 300 millones de pesos como aporte de los negocios de las peluquerías a la industria cosmética, de este modo el 80% de los negocios son salas de belleza y el 20% son salas de estilistas con recorrido en cadenas, como se muestra en el Gráfico 10.

Gráfico 10. Crecimiento del sector

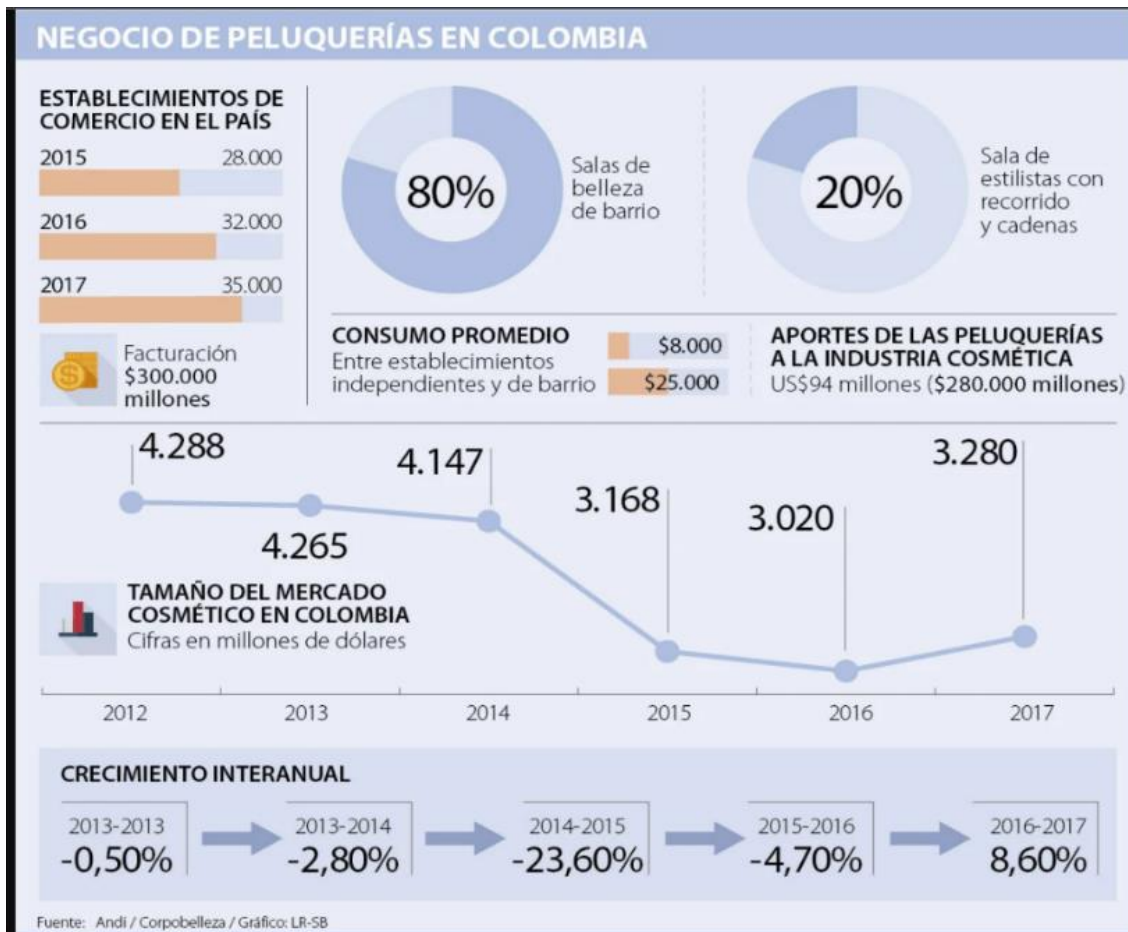


Gráfico 10. Corpobelleza 2017

Después de pasar una crisis económica en Colombia y en el mundo entero debido a la pandemia, en el sector de la belleza más exactamente en las peluquerías, se puede evidenciar que para los años 2029 y 2020 el cuidado del cabello tuvo una variación mínima del 0,21%, en cuanto se prestó el servicio de peluquerías a domicilio, como se muestra en la figura 11.

Figura 11. Impacto de la pandemia en el sector cosmético

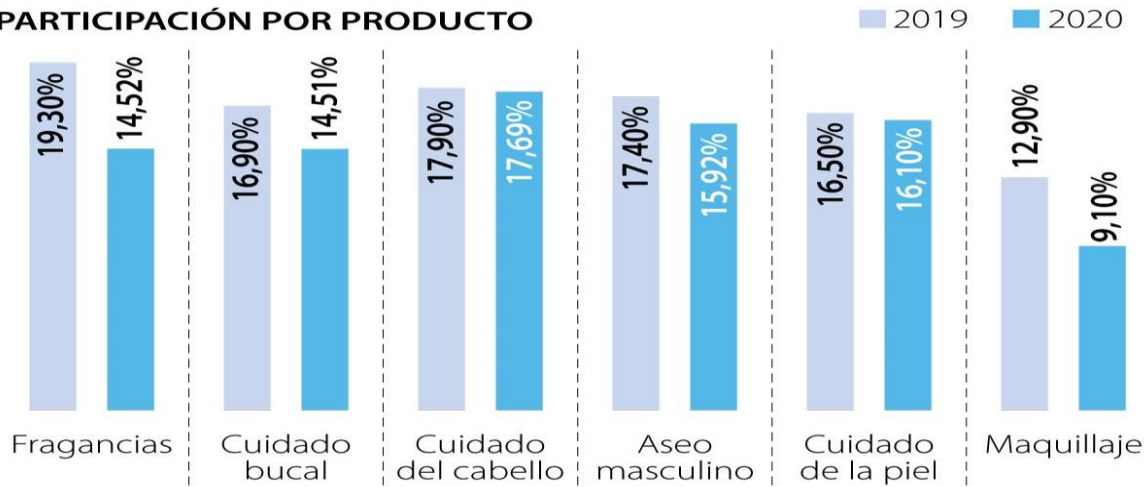
EL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL SECTOR COSMÉTICO

TAMAÑO DEL MERCADO COSMÉTICO

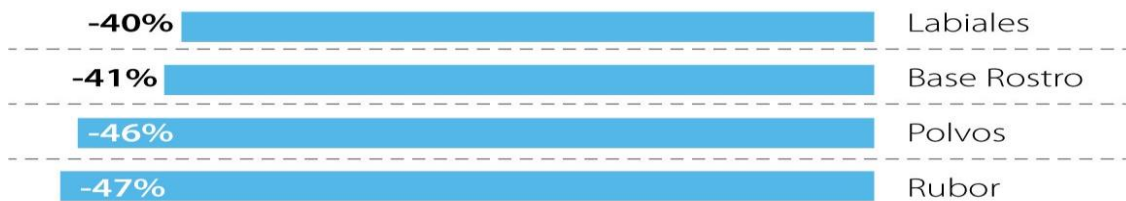
(Cifras en millones)



PARTICIPACIÓN POR PRODUCTO

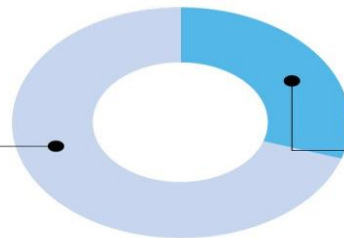


VENTA DE MAQUILLAJE



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tiendas minoristas
70,10%



Otros canales al por menor
29,60%

Fuente: Andi, Euromonitor, Nielsen / Gráfico: LR-AL

Figura 11. Revista la República 2021-Andi, Euromonitor, Nielsen

3.5. Análisis del Mercado

3.5.1. Resultados de la investigación de mercados

Con los datos obtenidos en la encuesta realizada a 67 habitantes de la comuna 6, tomando como referencia este tamaño de la muestra, como población representativa, se pudo evidenciar que, si hay aceptación, por parte de la demanda y que si es conveniente crear un spa sobre ruedas gerontológico e infantil, como se muestra a continuación:

1. *¿Cree usted conveniente crear un spa sobre ruedas, que pueda desplazarse hasta la comuna 6 y poder atender a adultos mayores, discapacitados y población infantil?*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%

Tabla 2. Elaboración propia

Gráfico 12.

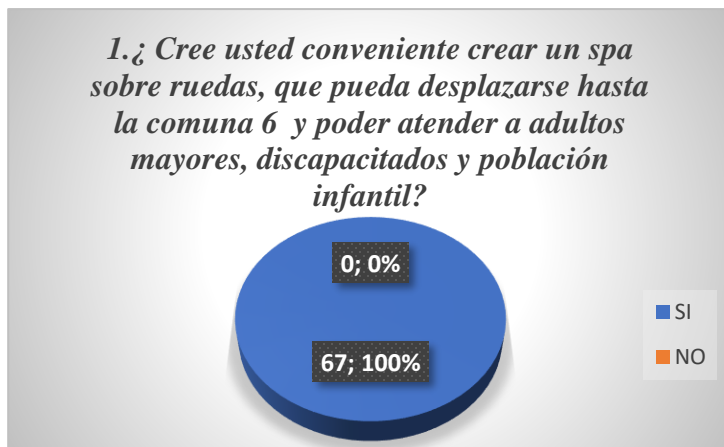


Gráfico 12. Elaboración propia

Para la pregunta N° 1, se puede evidenciar que, el 100% de los encuestados, responden que si es conveniente la creación de este spa sobre ruedas, en relación al 0%, que responden No.

2. ¿Cree usted que es conveniente que la atención integral a esta población sea realizada por personal capacitado y especializado?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%

Tabla 3. Elaboración propia

Gráfico13.

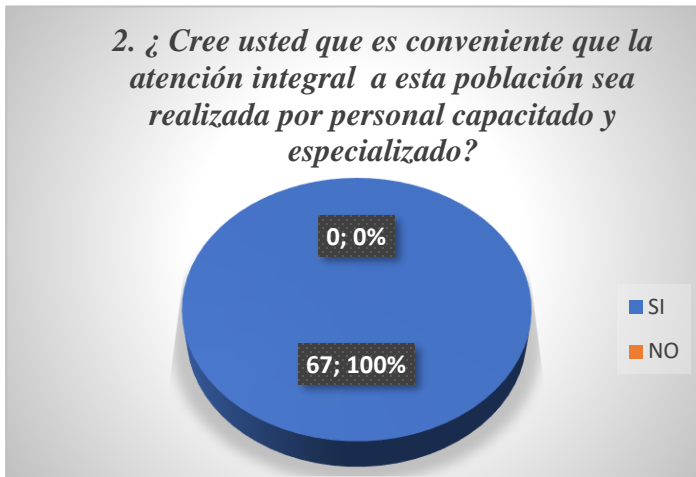


Gráfico 13. Elaboración propia

En relación con la pregunta 2, el 100% de los encuestados dieron su respuesta positiva, 67 personas, sugirieron que la atención integral a la población en discapacidad, infantes y adultos mayores era necesaria por personal capacitado.

3. ¿Dentro de su lugar de residencia habitan adultos mayores?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	76%
NO	16	24%

Tabla. 4 elaboración propia

Gráfico 14.

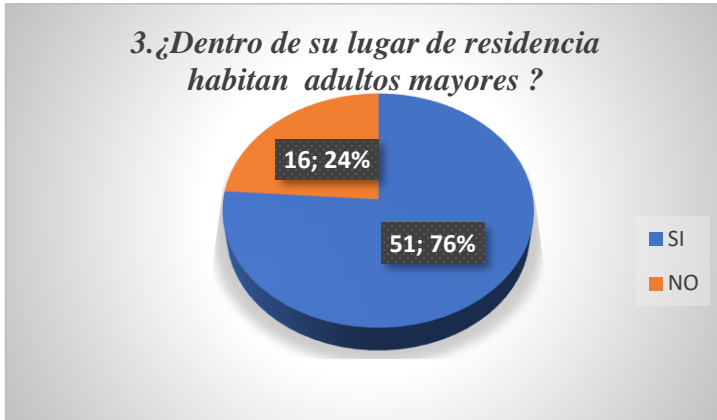


Gráfico 14. Elaboración propia

Con respecto a la pregunta N°3, el 76% de los encuestados respondieron que, si habitan adultos mayores, con relación al 24% el cual responden que no, con esto se deduce que si hay posibilidad de atender a esta población de adultos mayores en la comuna 6.

4. ¿Dentro de su lugar de residencia habitan discapacitados o enfermos en recuperación?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	30%
NO	47	70%

Tabla 5. Elaboración propia

Gráfico 15.



Gráfico 15. Elaboración propia

De acuerdo a la pregunta N° 4 el 70% equivalente a 47 encuestados responden que si habitan discapacitados o enfermos en recuperación, con relación al 30% que equivale a 20 encuestados que responden que no, de esto se analiza que si hay factibilidad de atender en la comuna 6 a discapacitados y enfermos en recuperación con este servicio que se esta ofertando.

5. ¿Dentro de su lugar de residencia habitan menores de edad?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	82%
NO	12	18%

Tabla 6. Elaboración propia

Gráfico 16.



Gráfico 16. Elaboración propia

Para la pregunta N° 5, se tiene que en 82% de los hogares, sin habitan menores de edad, en comparación con el 18% que responden que no habitan, por este motivo si es posible atender a la población infantil y dedicarle tiempo de calidad a los infantes al prestar este servicio

6. ¿Le gustaría recibir una atención integral (corte de cabello, corte de uñas, masajes capilares y corporales con aromaterapia, peinados de moda) para sus adultos mayores, discapacitados y población infantil?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%

Tabla 7. Elaboración propia

Gráfico 17.

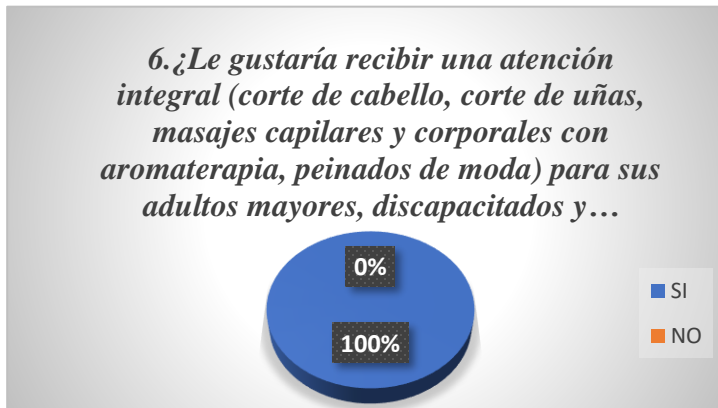


Gráfico 17. Elaboración propia

Con respecto a la pregunta N° 6, se obtiene que el 100% de los encuestados si quiere recibir un servicio integral, y esto equivale a 67 personas encuestadas, lo que promueve la viabilidad de crear este tipo de negocio denominado spa sobre ruedas.

7. ¿Conoce los beneficios que ofrece un Spa (centro de belleza integral) para este tipo de población?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	42%
NO	39	58%

Tabla 8. Elaboración propia

Gráfico 18.

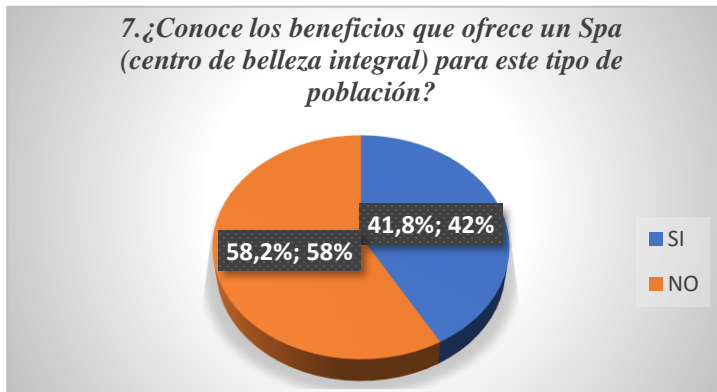


Gráfico 18. Elaboración propia

Para analizar la pregunta N° 7, se puede deducir que un 58% de los habitantes de la comuna 6 si conocen los beneficios que ofrece un spa como centro de belleza integral para adultos mayores, discapacitados y niños en relación con un 42% que manifiesta no conocer este tipo de beneficios, con lo anterior se concluye que si es posible conseguir un porcentaje significativo de clientes ya que los servicios ofertados cuentan con beneficios especiales.

8. ¿Los adultos mayores, los discapacitados y los infantes necesitan atención especial? Con lo anterior cree usted necesario un servicio adicional, la cual permita interactuar con ellos a través de la escucha.?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	99%
NO	1	1%

Tabla 9. Elaboración propia

Gráfico 19.

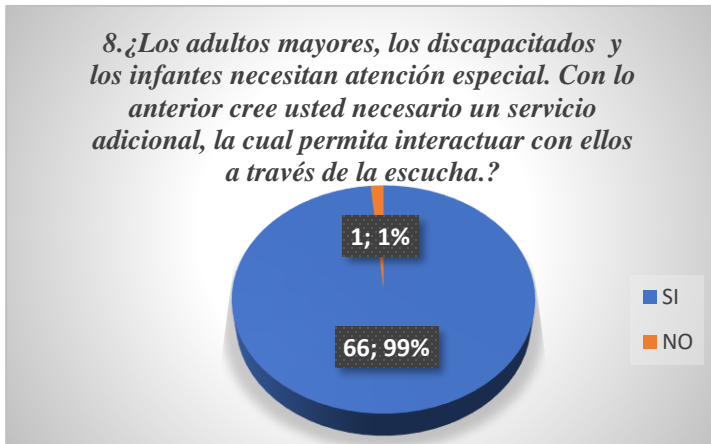


Gráfico 19. Elaboración propia

Para la pregunta N°8, ha determinado que el 99% de los encuestados si cree necesario la atención especializada, para interactuar con los adultos mayores, discapacitados e infantes donde, a través de la escucha, se brinde un servicio adicional mientras se prestan los servicios de peluquería.

9. ¿Con que frecuencia lleva a sus adultos mayores, discapacitados y niños a la peluquería?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 mes	11	16%
2 meses	13	19%
6 meses	1	2%
Cuando sea necesario	42	63%

Tabla 10. Elaboración propia

Gráfico 20.



Gráfico 20. Elaboración propia

Si se analiza la pregunta N° 9, se logra descifrar que la mayoría de encuestados, lo que representa el 63%, con un valor de 42 habitantes de los 67, responden que la frecuencia de servicio solicitada no la tiene en cuenta, simplemente determinan llevar a la peluquería a esta población, cuando sea necesario, según el cabello crezca y por su longitud lo amerite, con esto se deduce que hay que crear un sistema de agendamiento de citas, de tal manera que se esté pendiente de la necesidad de corte de cabello o de atención integral, por otra parte, la relación de frecuencia entre 1 mes y 2 meses es equivalente de 16% y 19% respectivamente, lo que permite visualizar y estandarizar al menos estos 2 tipos de frecuencia para tenerlos en presentes a la hora de atender a esta población.

10 ¿Cuáles de las siguientes patologías se han detectado en sus adultos mayores, discapacitados y niños?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diabetis	9	14%
Presión Alta	21	31%
Demencia Senil	2	3%
Parkison	4	6%
Parálisis cerebral	2	3%
Síndrome de Down	4	6%
Parálisis muscular	4	6%
Pos-opertorio	4	6%
Ninguna	2	3%
Otra	15	22%

Tabla 11. Elaboración propia

Gráfico 21.

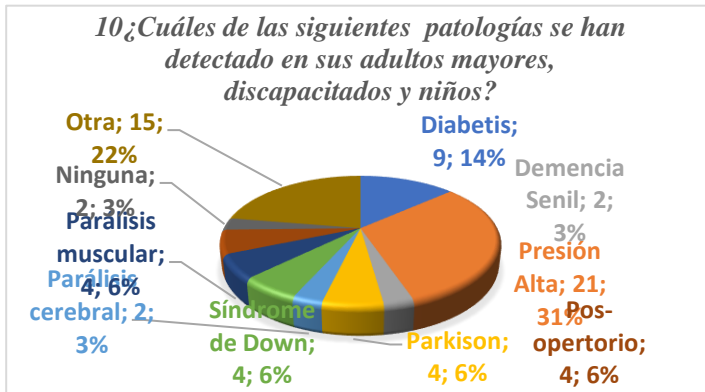


Gráfico 21. Elaboración propia

Para la pregunta N°10, se observa que esta población presentan la gran mayoría, enfermedades degenerativas, donde, la presión alta, tiene un porcentaje del 31%, seguida de la diabetes con un porcentaje del 14%, con un promedio del 4,5% para enfermedades como parálisis muscular y cerebral, Parkinson, demencia senil y síndrome de Down, con respecto a un 3% quienes no padecen ninguna enfermedad, de igual manera, un 22% refleja que padecen otra enfermedad que no se ha mencionado, con lo anterior se deduce que hay población enferma que atender, por lo cual es necesario llegar hasta sus casas y permitir que ellos reciban este servicio sin congestiones, sin esperas y con mucha paciencia por su condición, servicio que será ofrecido por el spa sobre ruedas.

11. ¿Cuánto paga por los servicios de corte de cabello para sus adultos mayores, discapacitados y niños?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 7.000 a \$10.000	53	79%
Entre \$ 11.000 a \$20.000	14	21%
Entre \$ 21.000 a \$30.000	0	0%

Tabla 12. Elaboración propia

Gráfico 22.



Gráfico 22. Elaboración propia

De acuerdo con la pregunta N°11, el 79% el cual equivale a 53 encuestas afirman, que por un corte de cabello pagan un valor que oscila entre los 7 mil pesos a 10 mil pesos y el 21% representando 14 encuestados refiere que paga entre 11 mil pesos y 20 mil pesos por este servicio, esto permite tener en conocer el precio que está en el mercado en estos momentos.

12. ¿Cuánto paga por los servicios de manicure, y pedicura, para este grupo de personas?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 10.000 a \$20.000	42	63%
Entre \$ 21.000 a \$30.000	4	6%
No utiliza este servicio	21	31%

Tabla 13. Elaboración propia

Gráfico 23.

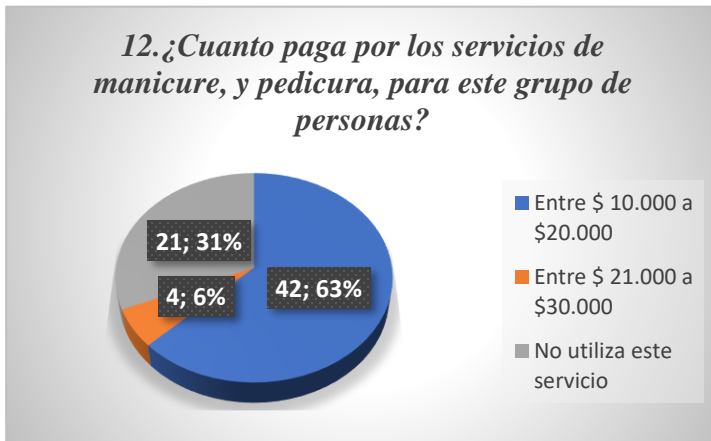


Gráfico 23. Elaboración propia

Es importante resaltar en la pregunta N° 12, que la mayoría de encuestados que corresponde al 63% con 42 personas, paga por servicios de manicure y pedicura para esta población, entre 10 mil y 20 mil pesos, y el 31% con 21 personas, no utiliza este servicio, ante un 6% con 4 encuestados que responde que paga entre 21 mil pesos y 30 mil pesos, con lo anterior se puede evidenciar que, si hay la posibilidad de adicionar este servicio de manicure y pedicura en la atención integral que ofrece este plan de negocios.

13. ¿Cuánto paga por los servicios de masajes terapéuticos, y relajantes para este grupo de personas?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 10.000 a \$20.000	11	16%
Entre \$ 21.000 a \$30.000	14	21%
No utiliza este servicio	42	63%

Tabla 14. Elaboración propia

Gráfico 24.



Gráfico 24. Elaboración propia

Para la respuesta N° 13, se puede evidenciar que el 63% que equivale a 42 encuestados no utiliza el servicio de masajes relajantes y terapéuticos para población en estudio, mientras que el 21% con 14 encuestados responde que si utiliza este servicio de masajes y paga entre 21 mil pesos y 30 mil pesos, y el 16% con 11 encuestados paga entre 10 mil y 20 mil pesos, con este resultado se puede analizar 2 aspectos: la posibilidad de entrar al mercado de la belleza en el espacio de peluquerías con este valor agregado, los masajes terapéuticos y relajantes, tanto capilares como corporales y así lograr cautivar clientes y fidelizarlos con esta nueva técnica de servicio, y por otra parte estos resultados permiten visualizar el valor posible del servicio adicional para penetrarlo en el servicio principal solicitado como lo es el de la peluquería.

14 ¿Le gustaría pagar por un servicio integral, (todos los servicios en solo) o pagar por cada servicio independiente??

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada servicio independiente	16	23,9%
Servicio Integral	51	76,1%

Tabla 1|5.Elaboración propia

Gráfico 25.

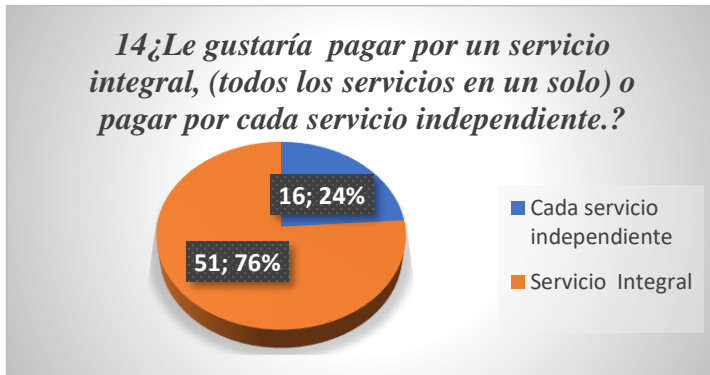


Gráfico 25. Elaboración propia

Con respecto a la pregunta N°14 se deduce exactamente la aceptación por parte de los encuestados dado que el 76% pagaría el servicio integral, y que se recibiría en una sola sesión todos los servicios necesarios para una buena presentación personal y una gran motivación mental y emocional para este grupo de personas, mientras que el 24% solo quiere recibir los servicios independientemente

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio integral, (peluquería-gerontología, peluquería-primera infancia)?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$25.000 y \$30.000	46	69%
Entre \$31.000 y \$40.000	11	16%
Entre \$41.000 y \$ 50.000	6	9%
Otro valor- Cual	4	6%

Tabla 16. Elaboración propia

Gráfico 26.

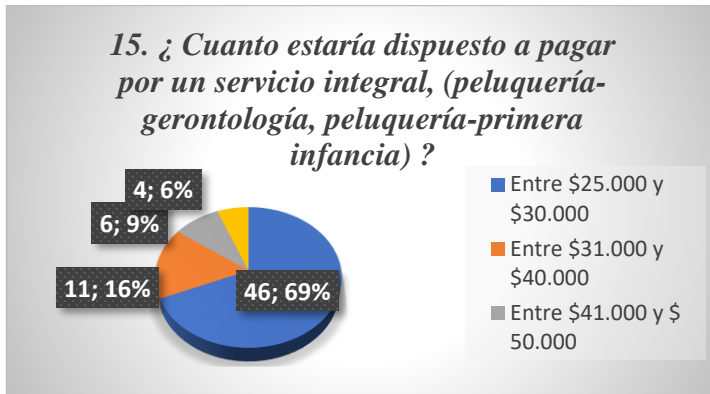


Gráfico 26. Elaboración propia

Para la pregunta N° 15, el 69 % afirma que estaría dispuesto a pagar entre 25 mil pesos y 30 mil pesos, por un servicio integral mientras que el 16% con 11 encuestados pagaría entre 31 mil pesos y 40 mil pesos, pero el 9% afirma que pagaría entre 41 mil pesos a 50 mil pesos, con lo anterior se deduce que el costo posible de venta por el servicio integral que ofrece el spa sobre ruedas podría estar entre 25 mil y 30 mil pesos, y este valor será estudiado para realizar los presupuestos necesarios para promocionarlo al mercado.

16. ¿Con que frecuencia le gustaría recibir este servicio integral para sus adultos mayores, discapacitados y niños?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	39	62,8%
Bimensual	14	18,6%
Trimestral	12	16,3%
semestral	2	2,3%

Tabla 17. Elaboración propia

Gráfico 27.

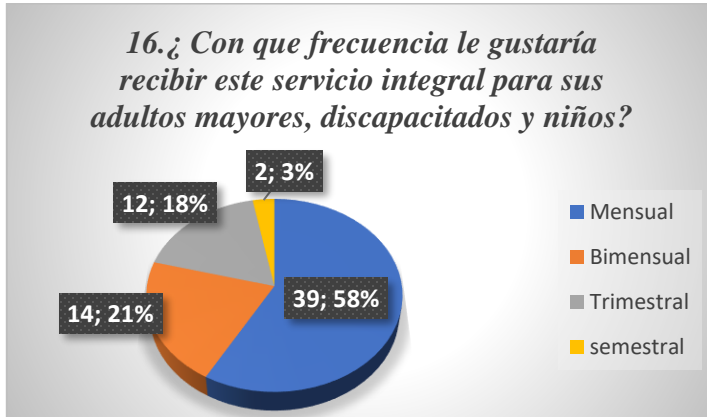


Gráfico 27. Elaboración propia

Con respecto a la pregunta N°16, el 58% con 39 encuestados, afirman que le gustaría recibir este servicio integral, cada mes, y el 21% con 14 encuestados quisiera recibir el servicio cada 2 meses, mientras que el 18% con 12 encuestados está dispuesto a recibir este servicio cada 3 meses y solo el 3% con 2 encuestados quisiera recibir este servicio cada 6 meses, con esto se deduce que los servicios que se ofrecerán permitirán tener una gran demanda de clientes y así realizar un cronograma de atención que permita ofertar eficazmente y con eficiencia a esta población, además con este resultado se proyectarán, la cantidad de mano de obra necesaria para atender un 100% al mercado objetivo, lo que se visualiza la viabilidad de este plan de negocios.

17. ¿Le gustaría ser un miembro activo del Spa sobre ruedas, y recibir beneficios especiales?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	95,5%
NO	3	4,5%

Tabla 18. Elaboración propia

Gráfico 28.

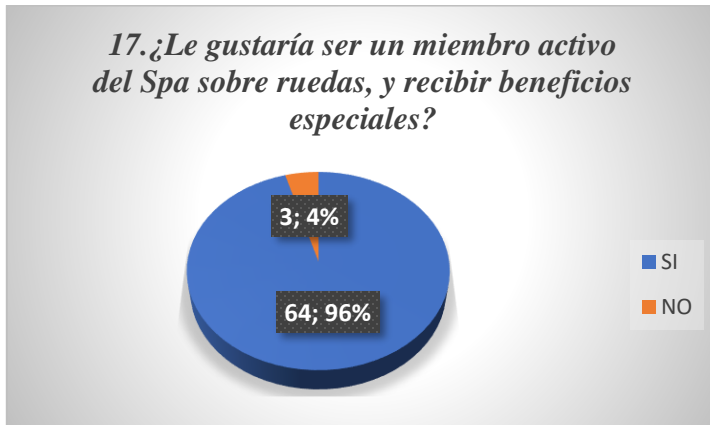


Gráfico 28. Elaboración propia

Con los resultados obtenidos en la pregunta N°17 se concluye que si es necesario la creación de este plan de negocios, un spa sobre ruedas, para adultos mayores, discapacitados, y niños, y además se infiere que la demanda debe ser alineada con la oferta, para lograr que este proyecto avance en el tiempo y de esta manera permanezca y se pueda extender a otras comunas, dado que el 96% con 64 encuestados si le gustaría ser miembro activo del Spa y recibir los beneficios especiales que se ofrecerán, mientras que solo el 4% con 3 encuestados refirió que no quisiera pertenecer.

3.6 Identificar el Cliente Real

Las personas a quienes va dirigido este plan de negocios son las personas de la tercera edad, discapacitados y niños, quienes no pueden movilizarse por cuenta propia a una peluquería.

Como clientes serán los padres de familia de niños menores entre edades de 5 a 9 años y los hijos y nietos adultos quienes sean los responsables de adultos mayores y enfermos discapacitados, todos ellos personas que requieren de un adulto acompañante necesario para defenderse, movilizarse o sobrevivir en sus rutinas diarias, personas que claman por la ayuda de un tercero para tener una vida más digna y significativa en cuanto a la parte psicológica se refiere. Con la secuela que se tuvo a nivel general, después de pasar por unas largas horas de temor a causa del corona virus, todas las personas experimentan algún tipo de miedo en algún momento de su vida , y mucho más esta población.(Plitt, 2020)

Clientes

- a. Adultos mayores entre 60 y 80 años quienes viven con una pensión
- b. Padres de familia de menores de edad entre 5 y 9 años

Consumidores o usuarios

- a. Niños de edades escolares
- b. Adultos mayores con deficiencias en la salud física y mental
- c. Personas con discapacidades o con enfermedades que les genere dificultad de movilidad

3.7. Propuesta de Valor

El spa sobre ruedas, quiere entregar el servicio de peluquería en una unidad móvil, correspondiente a un corte de cabello, con masajes capilares, manicure, pedicure incorporando masajes corporales especialmente en extremidades superiores e inferiores según sea el caso, entregado por profesionales que destinan su tiempo de calidad, carisma y mucha paciencia, servicio dual, (Estilista- ayuda gerontológica, ayuda a primera infancia) con pleno conocimiento de que un adulto mayor requieren, una atención especial, ya que por su edad, se encuentran, en depresión en aislamiento, su humor ya no es el mismo de sus años juveniles, ellos necesitan de ser escuchado y tratados como unos niños, con ternura y amabilidad, y de esta manera poder interactuar con ellos, a través de la escucha atenta de tal manera que se pueda hacer más placentero el momento en el que se presta el servicio, por lo que se diseñara una peluquería móvil donde se pueda transportar todos los elementos así como espejos lava cabezas y demás accesorios teniendo en cuenta todos los protocolos de Bioseguridad.

Para los niños menores de 5 años, quienes algunos les temen a las tijeras y a la máquina de corte se trabajara un momento anticipado con ellos donde a través de juegos y artículos que les inspire confianza y además de la ternura y la paciencia con la que se cuenta de los profesionales especiales para este tipo de usuarios además se les realiza peinados personalizados también se incluye la aplicación de coctel de frutas capilar para beneficiar en la salud, brillo y belleza del cabello de estos pequeños con cepillados naturales adicionales.

Para la población en discapacidad, se tendrá en cuenta sus enfermedades primarias, y con sumo cuidado se prestará el servicio antes mencionado, de tal manera que su imagen

personal transforme su actitud negativa de deterioro y se promoverá y animará su aspecto positivo de presentación personal.

Será la única peluquería móvil infantil y gerontológica en la ciudad de Pasto y por su puesto en la comuna 6 con la inclusión de los tratamientos capilares con frutas naturales y aromaterapia

Los estilistas cuentan con el tiempo disponible y con el carisma necesario, trato y paciencia que este grupo de personas requiere, la música infantil para niños y música de antaño para los adultos mayores, quienes escucharán mientras se presta el servicio, así como juegos y la escucha de historias de sus experiencias a través de los años vividos.



3.8. Competencia.

Al analizar la competencia, para este plan de negocios, spa sobre ruedas, se tiene como referencia el diamante de Porter donde, se toma como una gran herramienta para el análisis de la ventaja competitiva que tienen las empresas en cuanto a la industrialización, y al lugar en donde realizan sus actividades económicas, en tanto, se analizará los factores que influyen en este sector de los servicios de peluquería en Colombia, y así verificar el horizonte hacia donde apunta esta opción de negocio y de esta manera calificar la competitividad en la ciudad de Pasto, con respecto a otros modelos de servicios similares. (Culqui-Sánchez & Suárez-Mora, 2019) .

En relación con lo que dice Culqui y Suarez, los espacios referentes que se toma para el Spa deben generar un desarrollo en el sector, de tal manera que sea este negocio altamente competitivo en la ciudad de Pasto.

Se analizan las condiciones de los factores, según Michael Porter, es necesario crear unos determinantes que generen valor y competitividad para las naciones, de tal manera que se logre un gran desarrollo económico, con gran rentabilidad que den prestigio a los países, pero sería más interesante, si se toman como referencia, las condiciones de los factores, para que las empresas logren crecimiento económico y un alto posicionamiento. (Culqui-Sánchez & Suárez-Mora, 2019)

De esta manera como primera cláusula de estudio, se define que este plan de negocios propone realizar las actividades, con personal calificado, el cual será capacitado especialmente para la atención de esta población, es de pleno conocimiento que existen muchas estilistas en el mundo, en Pasto y más exactamente en la comuna 6, pero estilistas con habilidades y conocimiento pleno de atención gerontología e infantil, no, y añadido a esto que cuenten con un don especial y atractivo, de atención carismática y paciencia, suelen ser muy escasas, además se tiene que la infraestructura de la peluquería móvil, será única en la ciudad de Pasto. Se cuenta además con la parte geográfica de la ciudad, la comuna 6, la cual es de fácil acceso, lo que permitirá realizar la visita a los tres segmentos antes mencionados adultos mayores, niños y discapacitados.

Con respecto a las condiciones de la demanda, se puede evidenciar lo que dice Culqui y Suarez, donde las condiciones se encuentran establecidas según el mercado interno, según el tamaño del mercado doméstico y según la satisfacción de los clientes, por lo tanto al analizar el mercado objetivo encontrado, se tiene que el segmento de adultos mayores es

un grupo de personas un tanto descuidados en su parte emocional y por ende en su parte física, en su presentación personal, por sus familiares quienes se encuentran a cargo, por el tiempo mínimo que les pueden dedicar, siendo una alternativa de atención, la prestación de esta modalidad de peluquería móvil denominado spa sobre ruedas.

De la misma manera para la población infantil, de la comuna 6, tiene la tutoría de sus padres y su responsabilidad y dedicación los motiva a buscar cada mes lugares donde presten el servicio de peluquería, en esta oportunidad se pretende entregar un diseño de servicio único, donde primará la lúdica y el entretenimiento.

Y para los discapacitados, con enfermedades como síndrome de Down y parálisis cerebral o muscular, o aquellas que no les permite movilidad, no cuentan con este servicio de atención exclusiva para su condición, en consecuencia, a esto, spa sobre ruedas los incluye como clientes estrella, para atenderlos con esmero, paciencia y carisma, al igual que los otros segmentos se intentará ser pioneros en este servicio.

Con el determinante de las industrias relacionadas y de apoyo, se analiza las alianzas con las entidades privadas como lo son las EPS de la ciudad de Pasto, quienes serán un apoyo en cuanto se pueda rescatar información de los pacientes que pertenezcan a la comuna 6 y que coincidan con los clientes denominados mercado objetivo, con el fin de tener más de cerca su historia clínica para que en el momento de atenderlos se conozca más de cerca sus debilidades y falencias de salud para no obstruir sus tratamientos, y prestarles el servicio óptimo y adecuado.

Para los infantes igualmente se intenta crear comunicación directa con los centros educativos que están ubicados en la comuna 6, especialmente el colegio libertad y la escolita Champagnat, con el fin de lograr información cruzada de los alumnos menores de

9 años para comunicarles el servicio que se está ofertando a los padres de familia y lograr cautivar más clientes.

Por otra parte, se pretende crear alianza con algunos proveedores de la ciudad de Pasto, con el fin de adquirir promociones en productos de belleza, para que se puedan obsequiar a los clientes y así fidelizarlos. Se tiene como proveedor líder a la compañía Marcell france, la cual es una productora de cosméticos número 1 en calidad, por lo que son insumos hechos por manos de peluqueros para peluqueros, empresa francesa dedicada al cuidado de cabello, comercializan productos que están a la vanguardia del cuidado capilar y corporal. Marcell france comercializa los productos para la venta en vitrinas móviles, como las mismas salas de belleza, su gerente afirma que ningún medio de comunicación, revista televisión o prensa puede analizar el cabello sólo un estilista profesional, lo que permite un resultado garantizado, por tanto, el spa sobre ruedas utilizará productos inimitables, como un caracterizador.

Las empresas con la que se compete en el sector de servicios de peluquería, dentro de la comuna 6 están peluquerías y barberías ubicadas una en cada uno de los barrios de la comuna 6 solo en 5 barrios se pudo evidenciar que no tienen peluquerías y son: el barrio Quillas ingá, Villa Teruel, Sotavento y Ciudad Jardín;

En la ciudad de Pasto se encuentra una peluquería infantil llamada Mis pelitos la cual tiene características para la atención a los infantes, con la diferencia que no es móvil, es estática.

Competencia						
	Descripción	Localización	Productos y servicios (Atributos)	Precios	Logística de distribución	Otros ¿Cuál?
Peluquería de Barrio-Vicky 1	Presta los servicios básicos, y cuenta con	Barrio los fundadores-comuna 6	Servicios tradicionales de peluquería y barbería	\$7.000 por servicio de corte de	En el local propio	

	más de 20 años de experiencia.		para adultos	cabello para adulto		
Peluquería y barbería Ganesha	Es una peluquería y barbería a la vez atendida por una pareja de esposos	Barrio san Andrés pasto comuna 10	Presta los servicios de barbería tradicional y moderna con efectos novedosos en el cabello, figuras y formas, además presta el servicio de aprendizaje en toda el área de peluquería colorimetría.	\$18.000 por servicio de corte con barbero	2 sucursales	
Peluquería Valentinos	Academia y peluquería cuenta con 2 pisos para la atención de clientes y de estudiantes	Barrio Bolívar comuna 4	Años de trayectoria en el campo de la belleza, con múltiples empleados para cada área	\$20.000. por corte de cabello para caballero	Academia y 3 sucursales	
Peluquería Salomé	Situada en un lugar central y estratégico de la comuna 6 barrio, Tama Sagra, amplio local.	Barrio Granada	Cuenta con auxiliares para la atención de los servicios hasta los domingos	\$12.000 corte de cabello para caballero	En el local propio	
Peluquería Mis Pelitos	peluquería fina y elegante, con muebles especiales para niños y bebés y con juegos lúdicos.	Se encuentra en el centro de la ciudad en el barrio las cuadras	Atención personalizada para bebés y niños menores de 5 años	\$ 30.000 por cada corte de niño	Centro de la ciudad de Pasto.	

Tabla 18. Guía Plan de Negocios Fondo Emprender

Para el apartado estrategia de la empresa, estructura y rivalidad, se concluye una vez más que Spa sobre ruedas contará con una infraestructura diferencial en la parte física, donde se adecuará una peluquería, con espejos, lava cabeza, música exclusiva y todo lo alusivo a los adultos mayores, niños y discapacitados, de tal manera que al momento de ingresar en el sapa móvil, (aquellos que lo puedan hacer) se encuentren con algo novedoso

y acogedor, y este será otro más del diferencial con el que cuenta la peluquería móvil. En la ciudad de Pasto, exactamente en la comuna 6, no hay atención especializada para infantes, adultos mayores y discapacitados.

Con respecto a los eventos gubernamentales, según Culqui y Suarez, debido a que los gobiernos de cada nación juegan un papel muy importante en la competitividad nacional; Peña, Acedo, y Roldán (2014), recomiendan que el gerente de cada industria debe hacerse responsable del diseño de nuevas políticas para que se dé lugar a la promoción de las actividades internacionales sin temor a las actividades gubernamentales que se tomen en cada nación. (Culqui-Sánchez & Suárez-Mora, 2019), por tanto en Pasto Nariño se han creado muchas empresas que estan de la mano con el gobierno, ls cuales ayudan en este momento a los emprendimrtos, esto favorece al spa, en cuanto a las capacitaciones, y al desarrollo tecnológico, lo que permite evolucionar integramente a este plan de negocios. Por otro lado la Cámara de comercio y las universidades tambien estan en continua motivación y formación, a las micronegocios, para que ten gran un gran acompañamiento, en todos los campos, lo que con lleve a un desarrollo economico para el departamento.

3.9 Estrategias de mercadeo

3.9.1 Estrategia de Venta

3.9.1.1 Concepto servicio

El servicio que se quiere prestar en este plan de negocios será la Atención especializada de corte de cabello, peinados, acompañados de masajes capilares adicionales, con coctel de frutas, corte de uñas con masajes corporales incorporados, para las extremidades con

tónicos y ungüentos especiales según el segmento de clientes: adultos mayores discapacitados y niños menores entre edades 5 y 9 años.

Para las niñas maquillaje de uñas con esmaltes naturales y sofisticadas decoraciones especiales de su edad, a esto se le suman los peinados de última moda con decoraciones personalizadas.

Para los adultos mayores se entregará el servicio de corte de cabello y masaje capilar, corte de barba(masculino) y corte de uñas con masajes relajantes para sus articulaciones influenciados con aromaterapias en los ungüentos que se utilizan durante el masaje, cabe resaltar que las uñas de los adultos mayores empiezan a engrosar significativamente por lo que se dificulta el corte, de esta manera se ofrece este servicio con aparatología especial. Para aquellos usuarios que se encuentran en cama o en sillas de ruedas se prestará el servicio en su lecho de habitación permitiendo la mínima movilidad que cause trauma al cliente al momento de prestar el servicio de corte de cabello, se atenderá con esmero y carisma aquellos enfermos mentales y con algún síndrome con las mismas condiciones que se puede atender a un cliente sano, todo debidamente controlado con la asepsia pertinente y con las normas de bioseguridad solicitados según el ministerio de salud.

Corte de cabello= 20 minutos

Masaje capilar=5 minutos

Corte de uñas (manicure)= 20 minutos

Masaje de extremidades superiores= 5 minutos

Opcional Aplicación -coctel de frutas=10 minutos

Total, tiempo del servicio= 60 minutos

Se realizará un diagnóstico capilar previo para determinar el servicio apropiado y adecuado para cada cliente o usuario, así como su situación en discapacidad.

Tabla 19.

Diagnostico Capilar

N°	FICHA DE DIAGNÓSTICO CAPILAR		
NOMBRE DEL CLIENTE	EDAD:		
PRESENTA ENFERMEDAD MORBIDA O DISCAPACIDAD. ¿CUAL?			
	OBSERVACIÓN DIRECTA:		
POROSIDAD:	Seco	Graso	Mixto
EXTENSIÓN:	Largo	Corto	Medio
GROSOR:	Fino	Grueso	Normal
CON PROCESO QUIMICO	Queratina (Formol)	Rayitos- Decoloraciones	Natural
PREGUNTAS DIRECTAS			
TRASTORNOS HORMONALES, DIETA, ENFERMEDADES.			
FRECUENCIA - VISITA A LA PELUQUERÍA	Mensual	Semanal	Más de un mes
CUANTAS VECES SE LAVA CABELLO A LA SEMANA	1	2	Todos los días
UTILIZA PRODUCTOS ESPECIALIZADOS COMO ACONDICIONADORES, MASCARILLAS O SERUMS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO	Si	No	Cuales

Tabla 19. Elaboración propia

Tabla 20.

Horas laborables en un día

	HORA/ SERVICIO	TIEMPO/ DESTINADO AL SERVICIO	JORNADA DE LA MAÑANA
Estilistas	1	7:00 a 8:00	JORNADA DE LA MAÑANA
4	2	8:05 a 9:05	
	3	9:10 a 1:10	
	4	10:15 a 11:15	
	5	11:20 a 12:20	
	desinfección	10 minutos	
	ALMUERZO	12: 20 a 1:20	JORNADA DE LA TARDE
	6	1:25 a 2:25	
	7	2:30 a 3:30	
	8	3:35 a 4:35	
	9	4:40 a 5:40	
desinfección	10 inutos		

Tabla 20. Elaboración propia

3.9.2 Estrategia de distribución

Spa sobre ruedas infantil y gerontológico, entregará el servicio a través de una peluquería móvil donde se pueda transportar todos los elementos, así como espejos lava cabezas y demás accesorios teniendo en cuenta todos los protocolos de Bioseguridad, todos los insumos necesarios de la peluquería como espejos lava-cabezas y productos adecuados para atender a este grupo de personas

3.9.3 Estrategia de precio

Para determinar el precio se tiene en cuenta el precio de la competencia donde se verifica que sean precios acordes a los múltiples servicios prestados por la peluquería móvil, SPA SOBRE RUEDAS, además el precio que está dispuesto a pagar el cliente será

acorde con el sector donde se presta el servicio dispuesto y paralelo a la economía de cada cliente, el precio estará dispuesto en relación al domicilio y un extra por los servicios adicionales como son el peinado para las niñas y la aplicación de tratamientos capilares para los adultos mayores, y la atención especial para los discapacitados que necesitan una atención diferente, así como el corte de uñas y los masajes en las extremidades, se concluye que se ha tomado esta estrategia por la diversificación de los servicios que se van a entregar para este tipo de personas

3.9.4. Estrategia de promoción

Se realizará un show de peluquería para niños y adultos mayores en el salón comunal del barrio los fundadores, el cual está en el centro de la comuna 6.

Visitar escuelas y colegios con el fin de obsequiarles un detalle a los estudiantes que tengan adultos mayores en su casa para festejar el día de los abuelos, que se celebra en Colombia el 28 de agosto.

Visitar las EPS y obsequiar un detalle que celebre el día de los abuelos, a quienes estén esperando la atención médica y sean adultos mayores.

De la misma manera verificar los días del niño y del enfermo, para realizar las diferentes campañas de motivación a cuidar a esta población.

3.9.5. Estrategia de comunicación

Para dar a conocer el servicio se enviará la publicidad a través de la emisora la cariñosa que es muy escuchada por esta zona, de igual forma se impulsará a través de las redes Facebook y WhatsApp.

Se entregarán volantes en toda la comuna 6 y se dejarán alguno de ellos en los principales supermercados de la comuna.

Gráfico 28.

ATENCIÓN ESPECIAL PARA DISCAPACITADOS

CORTES DE CABELLO

Spa SOBRE RUEDAS

MACAJES RELAJANTES

PELUQUERÍA INFANTIL Y GERONTOLÓGICA

ATENDEMOS EN LA COMODIDAD DE SU CASA

PERSONAL CAPACITADO, DOTADO DE PACIENCIA Y CARISMA

APLICACIÓN DE COCTEL DE FRUTAS CAPILAR

"Es tiempo de dar amor"

MANICURE PEDICURE

PEINADOS PARA NIÑAS

3187817448

SOLICITA TU CITA CON ANTICIPACIÓN

Gráfico 28. Elaboración propia

3.9.6. Estrategia de servicio

Para aquellas familias que tengan varios adultos mayores en una sola casa de habitación se otorgará un descuento del 25%

Para todos los clientes se entregará un bono redimible por el valor total, en el servicio número 6, después del quinto servicio el sexto es gratis.

Spa sobre ruedas, cuenta también con la entrega de los servicios de peluquería a través de bonos de regalo.

Gráfico 29

. Bono de regalo



Gráfico 29. Elaboración propia

3.10. Presupuesto mezcla de mercado

El spa sobre ruedas, como peluquería móvil para adultos mayores, niños y discapacitados, ingresará al mercado, en su fase inicial de penetración con valor de venta, mínimo de 25 mil pesos, además se dará a conocer, a través de volantes y redes social como face- boock e Instagram, adicional a esto se realizará campaña publicitaria en la emisora la cariñosa, y finalmente se programa un show de estilo y belleza en el salón comunal los fundadores, como barrio central de la comuna 6.

Tabla 21.

Presupuesto mezcla de mercado

ACTIVIDAD	CANTIDAD	COSTO	ANUAL	TOTAL
volantes	500	\$ 80.000	3	240.000
campana publicitaria – emisora la cariñosa	1	200.000	2	400.000
Pagina facebock	1	0	1	0
Pagina istagram	1	0	1	0
Show de peluquería	1	300.000	1	300.000
Bono de regalo x 100	1	80.000	1	80.000
			TOTAL \$	1.020.000

Tabla 21. Elaboración propia

3.11. Estrategia de alianzas comerciales.

Spa sobre ruedas hará alianza con la distribuidora de productos capilares realizados por peluqueros para peluqueros, de tal manera que lo que se vaya a utilizar para este grupo de personas serán los más beneficiosos para la salud de todo su estructura capilar, teniendo en cuenta que sus cabellos son de texturas, color y porosidad muy especiales de tratar, parafraseando a Marcell-France, *la compañía cuenta con un laboratorio líder en el desarrollo y fabricación de productos cosméticos capilares y de belleza que cumplen con los estándares internacionales de calidad*

Esta empresa está dedicada a la comercialización y distribución de productos desarrollados con tecnología francesa, exclusivos, y los productores cuentan con un sin número de asesorías para una exhaustiva capacitación, crecimiento, tecnología de vanguardia y procesos, en mejora continua, teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente. Marcell -France (2019).

3.12. Proyección de Ventas

Según la revista La República, el IPC para el mes de abril del 2022 fue el más alto de los últimos años, La república (2021), debido a que este fue el año más crítico de la pandemia donde los consumidores pagaron más dinero, por menos productos.

Para este plan de negocios se toma como referencia el IPC del año del año 2021 que corresponde a 5,6%, se realizó el pronóstico de ventas a 5 años, con el análisis realizado en

la mano de obra y los servicios a realizar en un día, y el valor de venta, teniendo en cuenta que las colaboradoras, estilizas serán 4 y se trabajara 9 servicios al día por estilista, ósea 36 servicios diarios por el lapso de tiempo de 20 días mensuales, además se analizó que el servicio de corte y demás servicios adicionales toman un tiempo determinado equivalente a un promedio de 1 hora, y el valor de venta según los resultados de la encuesta realizada arrojó, que el valor promedio al cual, estarían dispuestos a pagar por un servicio integral de peluquería oscila entre \$ 21.000 y \$ 30.000 por lo que se concluyó como precio de penetración al mercado el valor de \$28.000.

Tabla 21.
Servicios de clientes al mes

VENTAS DE SERVICIOS AL MES				
Estilizas	Servicios diarios x estilista	Total, de servicios diarios	Días Laborables	Total, de servicios al mes
4	9	36	20	720

 PROYECCION DE INGRESOS- 12 MESES													
Cantidad Unidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
SERVICIO INTEGRAL	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8640
Total	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8640

IPC

Precio Unidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	PRECIO PROMEDIO
SERVICIO INTEGRAL	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00

IPC 5.6%

Total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
SERVICIO INTEGRAL	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	241.920.000,00
Total	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	20.160.000,00	\$ 241.920.000

Tabla 23.

Proyección de clientes y valor de venta a 5 años.

PROYECCION DE INGRESOS- A 5 AÑOS					
Cantidad Unidades	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
SERVICIO INTEGRAL	8.640	9.124	9.635	10.175	13.171
Total	8640	9124	9635	10175	13171
IPC	5.6%				
Precio Unidades	1	2	3	4	5
SERVICIO INTEGRAL	28.000,00	29.568,00	31.224,00	32.973,00	34.819,00
IPC	5.6%				
Total	1	2	3	4	5
SERVICIO INTEGRAL	241.920.000,00	269.778.432,00	300.843.240,00	335.500.275,00	458.601.049,00
Total	241.920.000,00	269.778.432,00	300.843.240,00	335.500.275,00	458.601.049,00

Tabla 23. elaboración propia

4. MÓDULO DE OPERACIÓN

4.1 Ficha Técnica.

Tabla 24.

Ficha técnica del servicio para adultos mayores, discapacitados y niños

<p>Unidad de medida del producto</p>	<p>Características medibles del producto, ejemplo</p> <table border="1" data-bbox="737 569 1230 611"> <tr> <td data-bbox="737 569 954 611">Unidad</td> <td data-bbox="954 569 1230 611">UNO</td> </tr> </table> <p>Se contabilizarán los SERVICIOS tomando como base la unidad UNO</p>	Unidad	UNO
Unidad	UNO		
<p>Medida del servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de servicio en los cortes de cabello y barba • Los procesos se irán mejorando de acuerdo con la respuesta de los clientes en cuanto a frecuencia. • Nivel de atención personalizada • Se orienta al cliente a tomar los tratamientos capilares para mejorar la apariencia y la salud capilar • Se complementa un combo de servicio con el corte de uñas y masajes a las extremidades si así lo requiere el adulto mayor o el enfermo • Se estará atento a las quejas, reclamos y opiniones de los clientes. PQRSF • Nivel de satisfacción del cliente 		
<p>Descripción general</p>	<p>Prestación de servicio de corte de cabello para adultos mayores, NIÑOS y personas discapacitadas quienes necesitan atención especializada en cuanto al tiempo y al trato dependiendo del diagnóstico capilar se adiciona la aplicación del coctel de frutas y los masajes irán de acuerdo a su situación de movilidad corporal entregándole un extra servicio de masajes en manos, piernas y pies y completando con un manicure y pedicure, teniendo en cuenta que la morfología de las uñas de una persona de la tercera edad son diferentes para la aplicación de los esmaltes y del corte de uñas.</p> <p>El corte de cabello peinado y aplicación de tratamientos capilares (coctel de fruta) para los niños, menores de 9 años, será de forma lúdica, teniendo en cuenta que los más pequeños, le temen a la peluquería, se acondicionara juegos que le permitan la distracción y el entretenimiento mientras se presta el servicio, con cantos y juegos especiales de su edad, se generará confianza a los pequeños para que guarden en su memoria un bonito recuerdo y puedan volver sin miedo a su próxima cita.</p>		

Otros (si aplica)	Los servicios de corte de cabello y aplicación de tratamientos con el coctel de frutas capilar se entregan cada mes para todo este grupo de personas, si así se requiere necesario, teniendo en cuenta el estado en que se encuentra un adulto mayor, para darle un cuidado óptimo para elevar su autoestima y situación psicológica en la que se encuentre como medida de terapia en cuanto a los olores (aromaterapia) y movimientos especiales en su cabello y extremidades, y para los niños, según su diagnóstico capilar, con la plena seguridad que las frutas para el coctel infantil serán de frutas dulces.
-------------------	---

Tabla 25. Elaboración propia.

4.2 Descripción del Proceso

4.2.1. Agendar cita

Se programará con anterioridad, con una previa lista de clientes a atender y se destinará el barrio el cual se visitará dentro de la comuna 6 y después de lograr una agenda llena para todo el día, se organizará todo lo necesario como productos, y personal adecuado para el desplazamiento.

4.2.2 Movilización al sitio

Con todo los artículos y productos necesarios así como el número de estilistas adecuado a la agenda previa programada, se desplaza hacia el barrio seleccionado de la comuna 6 en la peluquería Móvil SPA desde las 7am hasta las 6 pm horas dispuestas para la atención a población que espera en sus casas de residencia para entregar les los servicios de corte de cabello y otros servicios programados.

4.2.3 Diagnóstico capilar

Un diagnóstico capilar es un análisis que se realiza a la fibra capilar y al cuero cabelludo teniendo en cuenta el complemento total del cabello, se verifica la queratina, el folículo piloso, el grosor de la fibra capilar, la elasticidad, la resistencia, la porosidad y por su puesto todo esto depende de la edad y de los procesos químicos realizados anteriormente.

Una vez se llega a los lugares ya programados se toma a los clientes por orden de hora asignada y como lo solicite la persona encargada se prestará el servicio dentro de la VAN o dentro de su casa de habitación donde se procede a hacerle un diagnóstico capilar a cada uno, de tal manera que el resultado del diagnóstico determinará el procedimiento a escoger, y cada estilista tomará uno a uno los clientes según le corresponda.

4.2.4. Decisión

En este momento se toma la decisión si es necesario el corte o un tratamiento según el diagnóstico, una manicure un pedicure o realmente no se entrega ningún servicio, con esta decisión el flujograma pasa al final del sistema.

4.2.5.- Corte de cabello

Tomada la decisión en las 2 opciones niño o adulto mayor se procede a prestar el servicio según corresponda.

NIÑO: Corte y peinado si es el caso de niña con la aprobación por parte del representante adulto que se encuentre y determine si es posible e la aplicación del coctel de frutas capilar

ADULTO MAYOR O ENFERMO: Corte de cabello y con la aprobación de un responsable si es el caso para la aplicación de coctel de frutas y los masajes correspondientes. Corte de uñas y masajes relajantes.

4.2.6.- Aplicación de coctel de frutas capilar y masaje

De acuerdo con el diagnóstico capilar realizado previamente se determina cual es la mezcla adecuada de frutas para cada caso

4.2.7 Peinado y cepillado

4.2.8.- Secado de cabello

Este es el último paso del servicio después de cortar peinar o aplicar los tratamientos capilares correspondientes se procede a secar el cabello y terminar así los servicios.

4.2.9 Agenda de cita próximo mes

Con esta etapa última del flujograma se termina el ciclo agendando a los clientes para su próximo servicio.

Gráfico 28.
Flujograma

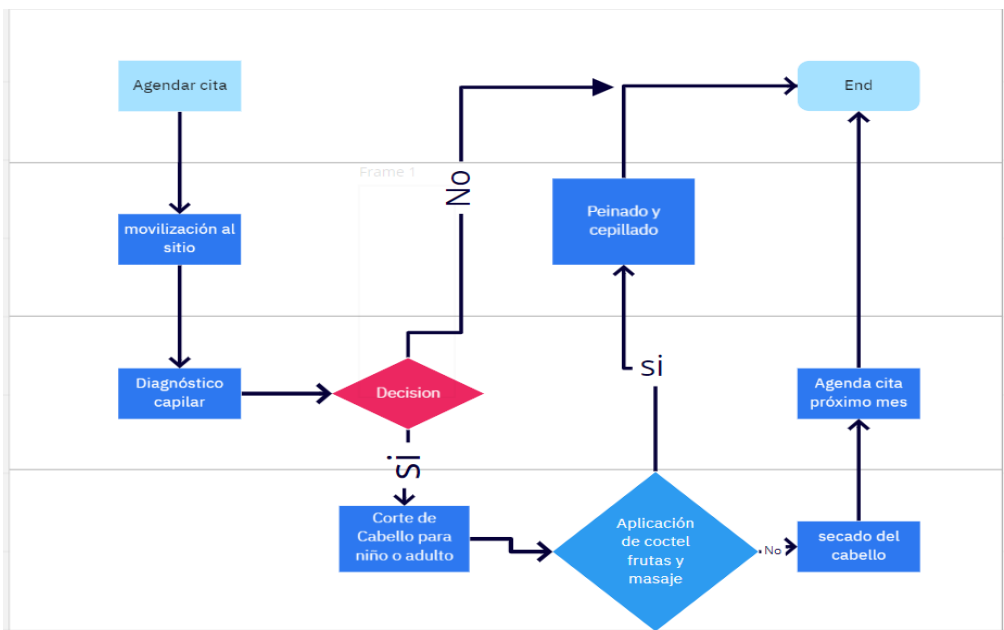


Gráfico 28. Flujograma Elaboración propia.

4.3. Estado de desarrollo

4.3.1. Prototipo y/o evidencias

Gráfico 29.
Prototipado.



Gráfico 29. Elaboración propia.

5. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

5.1. Estrategia Organizacional

5.1.1 Misión

Spa sobre ruedas infantil y gerontológico quiere dar respuesta a cada deseo personal y necesidad solicitada, además brindar confianza en el servicio para prolongar la salud del cabello, la salud corporal, moral e integral de los niños, de los adultos mayores y discapacitados, con la utilización de productos que estén a la vanguardia, comprometidos con el medio ambiente permitiendo subir la autoestima de las personas y permitirles sentirse importantes, necesarios y amados.

5.1.2 Visión

Para el año 2027 se pretende tener un gran posicionamiento en el sector de las peluquerías en la ciudad de Pasto, ser líder en la entrega de este servicio a través de los móviles, spa sobre rueda, diseñadas con altos estándares de calidad y servicio.

Además, Spa sobre ruedas, aportará a la sociedad, y a la comunidad de la ciudad de Pasto con la generación de empleos a madres cabeza de familia.

5.2 Políticas

*Contribuir con el desempleo en la ciudad de Pasto, dando la opción de tener un trabajo digno y bien remunerado sin saturar de tiempo a las estilistas, por lo tanto, solo se tendrán 20 días laborables al mes.

*Dar atención priorizada a los clientes antiguos de tal manera que, después de cada 5 servicios el sexto es gratis.

*Los niños y los adultos mayores tienen atención especial con juegos y música especial para ellos.

5.3. Principios y valores

Responsabilidad, lealtad, compromiso tolerancia y paciencia.

Tabla 26.
Valores Corporativos.

Valor	Concepto
PACIENCIA	<p>Este es uno de los valores corporativos más significativos de nuestro spa, como los niños le temen a la peluquería porque la comparan con la enfermería donde les pusieron sus vacunas y son un recuerdo doloroso, entonces al usuario NIÑO se le atenderá con juegos y dinámicas que les genere confianza.</p> <p>Para los adultos mayores se los atenderá con una sonrisa y tranquilidad, sin ningún afán proporcionándole un ambiente agradable, a este grupo se los conoce mucho porque les gusta que se les escuche y se les pregunte algún anécdota o historia pasada para hacer más ameno el servicio y se le brindará confianza, tratándolos como si fueran uno de nuestros padres.</p>
RESPONSABILIDAD	Se cumplirá con todo el protocolo de bioseguridad y con el tiempo de servicio estipulado para cada cliente
LEALTAD	Las historias contadas por los abuelitos y demás clientes se reservarán en sigilo y prudencia.
COMPROMISO	Se cumplirá con los servicios a los que se llegó a un acuerdo con total calidad
TOLERANCIA	Se aceptará las correcciones y los consejos de una manera amable

Tabla 26. Elaboración propia.

5.4 Organismos de Apoyo

Para este trabajo de grado como plan de negocios para la creación de una peluquería móvil infantil y gerontológica para la comuna 6 de la ciudad de Pasto, se cuenta con un gran equipo de trabajo, capaz de orientar en todos los aspectos necesarios para la realización de muchos proyectos de vida.

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO- Universidad fundada por el sacerdote Rafael García Herreros, esta corporación es privada y católica con sede en la ciudad de Bogotá, empezó a operar en el año de 1992 con 240 estudiantes en la capital colombiana, y está sujeta a inspección y vigilancia por medio de la ley 1740 del 2014 y la ley 30 de 1992 del ministerio de educación.

Cooperativa Minuto de Dios.

Entidad del sector solidario nacida de la voluntad autónoma de los miembros en busca del desarrollo integral, y basada en los principios y valores de la obra minuto de Dios.

Centro Progresá, minuto de Dios.

Centro que impulsa el talento de los emprendedores, facilitando oportunidades de empleabilidad, de educación y de ejecución de proyectos o planes de negocio, para contribuir en el progreso de todos los beneficiados.

5.5. Estructura Organizacional

Gráfico 29.

Organigrama.

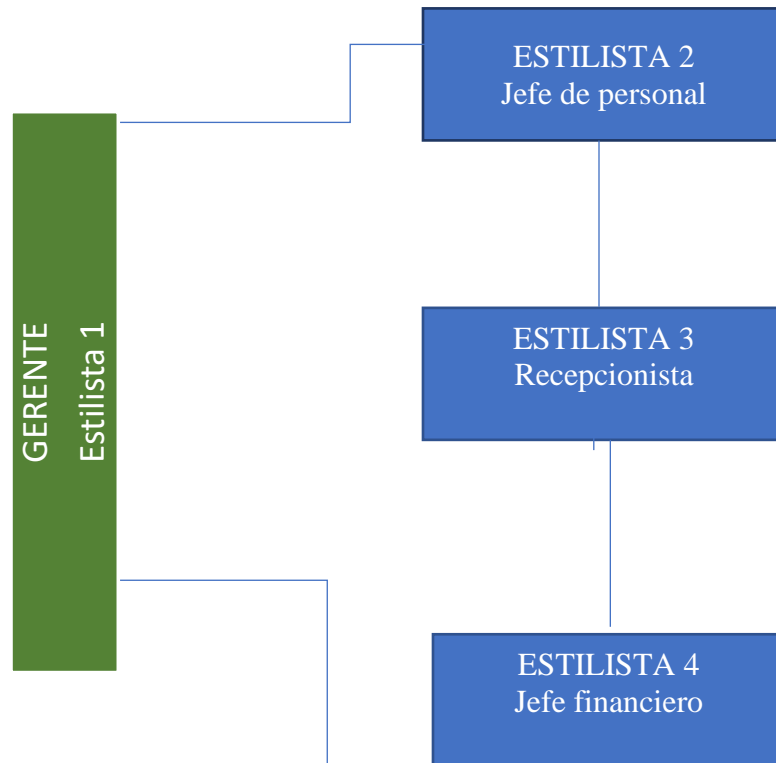


Gráfico 29. Elaboración propia

Tabla 27.
Relación de cargos

CARGO: GERENTE -ESTILISTA

Área: ADMINISTRATIVA

Propósito del Cargo:

Direccionar el Spa

Características Generales

Edad: 46

Sexo: femenino

Estado Civil casada

Formación **TÉCNICA Y PROFESIONAL EN PROSESO**

Estudios TÉCNICO EN PELUQUERÍA

Competencias Técnicas

Experiencia 16 AÑOS

Habilidades

- Funciones**
- Supervisar las actividades diarias del Spa
 - Formar nuevas estilistas especiales para los niños y adultos mayores
 - Realizar los pedidos a proveedores
 - Reforzar en las actividades de servicio de corte y masajes capilares si es necesario
 - Realizar las mezclas y las composiciones de los cocteles de frutas según la necesidad del cliente

Área a Quien reporta

Salario: \$2.160.000

CARGO: JEFE DE PERSONAL

Área: de procesos

Propósito del Cargo: Control de personal dentro y fuera del spa.

realizar los servicios que ofrece el Spa

Características Generales

Edad: 35

Sexo: femenino

Estado Civil soltera

Formación **TECNICA Y PROFESIONAL EN PROSESO**

Estudios TÉCNICO EN PELUQUERÍA

Competencias

Técnicas

Experiencia 2 AÑOS

Habilidades

- Funciones**
- Atender a los clientes niños y adultos mayores con el servicio de corte de cabello
 - Atender a los niños y adultos con el servicio de peinado
 - Realizar la aplicación de los tratamientos capilares si así lo amerita
 - Desplazarse en conjunto con el grupo de estilistas en la VAN para la atención de los servicios agendados
 - Colaboración con la organización asepsia y desinfección de los lugares de trabajo

Área a Quien

reporta

Salario: \$2.160.000

CARGO: ESTILISTA-RECEPCIONISTA**Área: de procesos****Propósito del Cargo: realizar el agendamiento de citas.**

realizar los servicios que ofrece el Spa

Características Generales**Edad:** 35**Sexo:** femenino**Estado Civil** soltera**Formación** **TECNICA Y PROFESIONAL EN PROSESO****Estudios** **TÉCNICO EN PELUQUERÍA**

Competencias

Técnicas

Experiencia **2 AÑOS****Habilidades**

- Funciones**
- Realizar un cronograma mensual de las citas agendadas
 - Atender a los clientes niños y adultos mayores con el servicio de corte de cabello
 - Atender a los niños y adultos con el servicio de peinado
 - Realizar la aplicación de los tratamientos capilares si así lo amerita
 - Desplazarse en conjunto con el grupo de estilistas en la VAN para la atención de los servicios agendados
 - Colaboración con la organización aseptia y desinfección de los lugares de trabajo

Salario: \$2.160.000

CARGO: ESTILISTA-JEFE FINANCIERO

Área: de procesos

Propósito del Cargo: Control del efectivo

realizar los servicios que ofrece el Spa

Características Generales

Edad: 35

Sexo: femenino

Estado Civil soltera

Formación **TECNICA Y PROFESIONAL EN PROSESO**

Estudios **TÉCNICO EN PELUQUERÍA**

Competencias

Técnicas

Experiencia 2 AÑOS

Habilidades

- Funciones**
- Llevar la contabilidad del spa
 - Atender a los clientes niños y adultos mayores con el servicio de corte de cabello
 - Atender a los niños y adultos con el servicio de peinado
 - Desplazarse en conjunto con el grupo de estilistas en la VAN para la atención de los servicios agendados
 - Colaboración con la organización aseptia y desinfección de los lugares de trabajo

Salario: \$2.160.000

5.6 Aspectos legales

Según la normatividad para las peluquerías y sector de belleza en Colombia, se tiene lo siguiente;

Como parte de los requisitos de operación, el establecimiento deberá cumplir las normas sanitarias vigentes, que para este caso están relacionadas con dos tipos de servicios personales en belleza (No incluyen servicios de salud): los de peluquería (Estética ornamental) y los de estética (Facial y corporal), para los cuales deberá dar cumplimiento a las siguientes normas:

Para peluquería (estética ornamental):

Resolución 2117 de 2010, por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones.

Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental. (Peluquería).

Para estética facial y corporal (Sin incluir servicios de salud habilitados):

Ley 711 de 2001: por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.

Resolución 2263 de 2004: Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones.

Resolución 3924 de 2005: por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras disposiciones. Particularmente, esta resolución presenta en uno de sus anexos un cuadro con las tecnologías que no son de competencia de las esteticistas.

Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Peluquería). (Secretaría de salud Bogotá 2021)

6. MODULO FINANCIERO

Tabla. 28.

Requerimiento de maquinaria, planta y equipo

UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MInEduación		Requerimientos de Maquinaria, Planta y Equipo			
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Requisitos técnicos
Adecuaciones	Volco (Cabina)	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	NA
Total		0	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	
Herramientas para peluquería	Máquinas de corte	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000	NA
	Tigeras	5	\$ 120.000	\$ 600.000	NA
	Difusor de calor	5	\$ 60.000	\$ 300.000	NA
	Planchas	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000	
	SECADOR	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000	NA
Total				4.650.000,00	
Equipo de comunicación y computación	Computador	1	2.000.000,00	2.000.000,00	NA
Total				2.000.000,00	
Muebles y enseres.	Espejos-portables	6	\$ 150.000	\$ 900.000	NA
	Lavacabezas-portatil	5	\$ 800.000	\$ 4.000.000	NA
	Locker	1	\$ 500.000	\$ 500.000	NA
	Sillas -especiales-peluq	6	\$ 150.000	\$ 900.000	NA
	Sillas rimax	6	\$ 25.000	\$ 150.000	NA
	Bancos-pedicure	6	\$ 15.000	\$ 90.000	NA
Total				\$ 6.540.000	
Otros	Capas	35	15.000,00	525.000,00	NA
	Peinetas	36	500,00	18.000,00	NA
	Atomizador	6	2.000,00	12.000,00	NA
	Polveras	6	30.000,00	180.000,00	NA
	Navajas	6	2.500,00	15.000,00	NA
	Cortauñas	36	2.000,00	72.000,00	NA
Total				822.000,00	
		TOTAL	\$	24.012.000	

Tabla 28. Elaboración propia

Tabla 29.

Materiales para peluquería


 Materiales para peluquería				
Producto	Unidades	Cantidad	valor unitario	valor total
cuelleros x 50 uni	1	15	3.000,00	45.000,00
Gel- rasurar-1.000 ML	1	5	10.000,00	50.000,00
Cuchillas-display x 10	1	10	11.000,00	110.000,00
Mascarilla facial -exfoliantes 1.00 ML	1	5	25.000,00	125.000,00
Mascarilla Capilar-Frutas- x 1.000 ML	1	5	35.000,00	175.000,00
Ungentos -masajes x 1.000 ML	1	5	25.000,00	125.000,00
Palos de naranjo x 100	1	8	6.000,00	48.000,00
Limas de cartón caja x 100	1	8	8.000,00	64.000,00
Aceites relajantes x 1.000 ML	1	6	12.000,00	72.000,00
Toallas- desechablesx 50	1	72	3.000,00	216.000,00
shampoo- normal x 2.000	1	1	54.000,00	54.000,00
shampo-canas luminosas x 2.000	1	1	54.000,00	54.000,00
				0,00
		TOTAL		1.138.000,00

Tabla 29. Elaboración propia

Tabla 30.

Cálculo de honorarios

UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MinEduación		CÁLCULO DE HONORARIOS				
EMPLEADO	BASICO PACTADO	SERVICIOS DIARIOS	valor por servicio	TOTAL DÍA	DÍAS LABOR	TOTAL
GERENTE (Estilista)	\$ 2.160.000	9	\$ 12.000	\$ 108.000	20	\$ 2.160.000
JEFE DE PERSONAL(Estilista)	\$ 2.160.000	9	\$ 12.000	\$ 108.000	20	\$ 2.160.000
RECEPCIONISTA(Estilista)	\$ 2.160.000	9	\$ 12.000	\$ 108.000	20	\$ 2.160.000
JEFE FINANCIERO(Estilista)	\$ 2.160.000	9	\$ 12.000	\$ 108.000	20	\$ 2.160.000
	\$ 8.640.000					\$ 8.640.000

Tabla 30. Elaboración propia

Tabla 31

Elaboración propia

UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MinEduación		Capital de Trabajo		
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Arriendo- Van	1	1.000.000,00	1.000.000,00	
Servicio publicos	1	130.000,00	130.000,00	
Mano de Obra (nomina)	4	2.160.000,00	8.640.000,00	
Compras materia prima	1	1.138.000,00	1.138.000,00	
Mantenimiento	1	200.000,00	200.000,00	
Gastos Papeleria	1	100.000,00	100.000,00	
Elementos Aseo	1	50.000,00	50.000,00	
Gasolina - Van	1	600.000,00	600.000,00	
Publicidad	1	85.000,00	85.000,00	
			0,00	
			0,00	
	TOTAL		11.943.000,00	

Tabla 31. Elaboración propia

Tabla. 32

Costo del servicio

COSTO DEL SERVICIO					
SPA SOBRE RUEDAS					
<i>Cantidad</i>	MATERIALES DE PELUQUERÍA	<i>valor unitario</i>	<i>costo de compra</i>	<i>servicios a mes</i>	<i>costo unidad</i>
	Detalle				
15	cuellersos x 50 uni	3.000,00	\$ 45.000	720	62,5
5	Gel- rasurar-1.000 ML	10.000,00	\$ 50.000	720	69,4
10	Cuchillas-display x 10	11.000,00	\$ 110.000	720	152,8
5	Mascarilla facial -exfoliantes 1.00 ML	25.000,00	\$ 125.000	720	173,6
5	Mascarilla Capilar-Frutas - x 1.000 MI	35.000,00	\$ 175.000	720	243,1
5	Unguentos -masajes x 1.000 ML	25.000,00	\$ 125.000	720	173,6
8	Palos de naranjo x 100	6.000,00	\$ 48.000	720	66,7
8	Limas de cartón caja x 100	8.000,00	\$ 64.000	720	88,9
6	Aceites relajantes x 1.000 ML	12.000,00	\$ 72.000	720	100,0
72	Toallas- desechables x 50	3.000,00	\$ 216.000	720	300,0
1	shampoo- normal x 2.000	54.000,00	\$ 54.000	720	75,0
1	shampo-canas luminosas x 2.000	54.000,00	\$ 54.000	720	75,0
	TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 1.138.000		\$ 1.581
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					\$ 12.000
COSTOS DE SERVICIOS DIRECTOS					\$ 13.581
COSTOS INDIRECTOS					
	Arriendo- Van		\$ 1.000.000	720	1388,9
	Servicio de acueducto		\$ 130.000	720	180,6
	Mantenimiento		\$ 200.000	720	277,8
	Gastos Papelería		\$ 100.000	720	138,9
	Elementos Aseo		\$ 50.000	720	69,4
	Gasolina - Van		\$ 600.000	720	833,3
	Publicidad		\$ 85.000	720	118,1
			2.165.000		\$ 3.007
TOTAL COSTO DEL SERVICIO				\$	16.588

Tabla 33.

Amortización.


 Nombre del Proyecto: _____ SPA SOBRE RUEDAS INFANTIL Y GERONTOLÓGICO										
Detalles de la operación financiera										
TASA EFECTIVA ANUAL TEA 25,340% <i>Fijate del tipo de tasa</i>		TIPO DE CUOTA <input type="radio"/> Cuotas Fijas <input type="radio"/> Cuotas Crecientes <input type="radio"/> Cuotas Decrecientes		FORMA DE PAGO <input type="radio"/> Diario <input type="radio"/> Bimestral <input type="radio"/> Semanal <input type="radio"/> Trimestral <input type="radio"/> Semestral <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Trimestral <input type="radio"/> Anual			NÚMERO DE CUOTAS <input type="text" value="36"/>		VALOR A EVALUAR 35.955.000,00	
Comisiones y gastos Seguro Cuotas (x periodo) 0,000% Otros Cargos (Comisiones) - Valor Estudio 0,000%			Detalles del Financiamiento Tasa Efectiva Anual (TEA) 25,34% Tasa Efectiva Mensual 1,90% Total costo Efectivo Anual 2.50% <i>*No modifiques nada de estos conceptos</i>			Codigo _____ Numero de Lote _____		VALOR CUOTA INICIAL 30% 1.388.061,00		
Cuota	Deuda	Pagar (Cuota Creciente)	Amortización	Interés	Seguro Cuota	Otros Cargos-Comisiones	Valor Total Cuota	Valor Estudio	Cuota Total a Pagar	
0	35.955.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	
1	35.250.080,79	-	704.919,21	683.141,36	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
2	34.531.768,18	-	718.312,61	669.747,97	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
3	33.799.807,71	-	731.960,47	656.100,10	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
4	33.053.940,06	-	745.867,65	642.192,92	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
5	32.293.901,00	-	760.039,06	628.021,52	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
6	31.519.421,28	-	774.479,72	613.580,85	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
7	30.730.226,52	-	789.194,76	598.865,81	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
8	29.926.037,14	-	804.189,38	583.871,19	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
9	29.106.568,24	-	819.468,90	568.591,68	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
10	28.271.529,52	-	835.038,72	553.021,85	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
11	27.420.625,15	-	850.904,37	537.156,20	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
12	26.553.553,68	-	867.071,47	520.989,10	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
13	25.670.007,94	-	883.545,74	504.514,83	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
14	24.769.674,91	-	900.333,02	487.727,55	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
15	23.852.235,66	-	917.439,26	470.621,32	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
16	22.917.365,15	-	934.870,51	453.190,06	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
17	21.964.732,19	-	952.632,95	435.427,62	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
18	20.993.999,31	-	970.732,88	417.327,69	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
19	20.004.822,60	-	989.176,71	398.883,86	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
20	18.996.851,63	-	1.007.970,97	380.089,60	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
21	17.969.729,31	-	1.027.122,31	360.938,26	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
22	16.923.091,78	-	1.046.637,53	341.423,04	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
23	15.856.568,24	-	1.066.523,54	321.537,03	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
24	14.769.780,85	-	1.086.787,38	301.273,19	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
25	13.662.344,62	-	1.107.436,23	280.624,34	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
26	12.533.867,21	-	1.128.477,41	259.583,16	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
27	11.383.948,85	-	1.149.918,36	238.142,21	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
28	10.212.182,15	-	1.171.766,70	216.293,88	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
29	9.018.152,01	-	1.194.030,15	194.030,43	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
30	7.801.435,41	-	1.216.716,60	171.343,98	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
31	6.561.601,32	-	1.239.834,09	148.226,48	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
32	5.298.210,51	-	1.263.390,81	124.669,76	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
33	4.010.815,40	-	1.287.395,11	100.685,46	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
34	2.698.959,91	-	1.311.855,49	76.205,09	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
35	1.362.179,30	-	1.336.780,61	51.279,97	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	
36	-0,00	-	1.362.179,30	25.881,27	-	-	1.388.060,57	-	1.388.060,57	

Tabla 33. Elaboración propia

Tabla 34.

Proyección de egresos.


 UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MinEduación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
COSTOS DE SERVICIOS													
M.O.D mano de obra directa	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000	103.680.000
MATERIALES PARA PELUQUERÍA	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	1.138.000	13.656.000
COSTOS INDIRECTOS	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	2.165.000	25.980.000
Subtotal de Costos de SERVICIOS	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	11.943.000,00	143.316.000,00
GASTOS FINANCIEROS													
Abono Capital	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	704.919,00	8.459.028,00
Intereses	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	\$ 683.141	8.197.696,32
Subtotal Costos Financieros	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	1.388.060,36	16.656.724,32
TOTAL COSTOS	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	13.331.060,36	159.972.724,32

Tabla 34. Elaboración propia

7.RENTABILIDAD

SERVICIOS OFRECIDOS AL MES	VALOR DEL SERVICIO	COSTO UNITARIO	UTILIDAD UNITARIA
720	\$ 28.000	\$ 16.588	\$ 11.412
UTILIDAD MENSUAL		\$	8.216.640

\$ 13.331.060



Egresos mensuales

PUNTO DE EQUILIBRIO = 476 servicios
Rentabilidad del 41%

8. POSIBLES IMPACTOS

Es necesario comprender que todo plan de negocios generará impactos positivos y negativos, por lo tanto, el plan de negocios para la creación de una peluquería móvil infantil y gerontológica, no será la excepción, teniendo en cuenta cada estudio realizado, se evidencian, 4 aspectos, impacto económico, impacto regional, impacto social e impacto ambiental.

8.1 Impacto económico

Spa sobre ruedas, logrará impacto económico al ingresar al mercado con un alto potencial de ventas, y de esta manera generar incremento económico, tanto empresarial como laboral, con la oportunidad de dar empleo, y así fortalecer los hogares de las estilistas y aportar en la construcción de las microempresas en la ciudad de Pasto. Las estilistas serán capacitadas, en la especialización de atención a adulto mayor, discapacitados y niños.

8.2 Impacto regional

Se destaca como impacto regional, el apoyo del municipio de Pasto en cuanto al fomento de la creación de micronegocios, pequeñas empresas, y emprendimientos que nacen en el corazón de la ciudad y lograr grandes expectativas en la economía regional.

8.3 Impacto social

Spa sobre ruedas quiere lograr un impacto social, con la prestación de este servicio a una población vulnerable, de tal manera que se logre una mejor calidad de vida en ellos y se cambien los procesos en la peluquería móvil en cuanto a la atención de este grupo de

personas quienes necesitan la atención diferente y especializada, cautivando el corazón de los clientes y usuarios.

8.4 Impacto ambiental

Para ajustar el impacto ambiental spa sobre ruedas, se comprometerá a colaborar con el cuidado del medio ambiente, haciendo las respectivas prácticas de recolección de desechos y concientizando a estilistas, clientes y usuarios a realizar la clasificación según corresponda, y se unirá a las campañas que se realicen en la ciudad como el día del árbol y del medio ambiente.

9. RECOMENDACIONES

Realizará alianzas con todos los grupos activos de adultos mayores que hay en la ciudad de Pasto.

Visitar a las organizaciones de atención gerontológica de la Ciudad, para ofrecer este servicio.

Visitar colegios y entregar bonos de felicitación del día del niño o del día de abuelito

CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, si existe la oportunidad de crear una peluquería móvil para esta población.

Con el estudio técnico se determinó que para llevar a cabo este plan de negocios se necesita de la adecuación de un volco o cabina que cumpla con todo el ambiente de una peluquería.

Haciendo los respectivos análisis administrativos se concluyó que para atender a este nicho de mercado se necesita la contratación de 4 estilistas profesionales y capacitadas para atender a este grupo de personas especiales por su condición-.

Se necesita de \$ 36.000.000 para empezar a funcionar el plan de negocios, Préstamo a Banco de Bogotá cuyo TEA es de 25,34%

BIBLIOGRAFÍA

- [Revista BBC News mundo, 2020. “Covid-19: cómo funciona nuestro sistema inmunológico y cómo combate al coronavirus”. Recuperado de:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-52005096>](https://www.bbc.com/mundo/noticias-52005096)
- [Obando, K. 2018. “comuna 6 Pasto”. Recuperado de:
<https://es.slideshare.net/KimberlyObando/comuna-6-de-pasto-99086790>](https://es.slideshare.net/KimberlyObando/comuna-6-de-pasto-99086790)
- [Secretaria de salud Bogota, 2021. “Normatividad para Establecimientos Comerciales de Belleza” Recuperado de:
<http://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Normatividad-Establecimientos-Comerciales.aspx>](http://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Normatividad-Establecimientos-Comerciales.aspx)

Plitt, L. (2020). *bbc news*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52005096>

Nuevo corona virus, (2019).” *Medidas frente a la pandemia*” Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Documentos-Administrativos-covid-19.aspx>

Population city, 2021.” *Pasto población*”. Recuperado de:

<http://poblacion.population.city/colombia/pasto/>

RERERENCIAS

*<https://www.eltiempo.com/colombia/cali/narino-ya-acumula-el-centenar-de-muertes-por-coronavirus-509764>

*<https://www.paho.org/es/salud-mental-covid-19>

*<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Envejecimiento-demografico-Colombia-1951-2020.pdf>

*<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Envejecimiento-demografico-Colombia-1951-2020.pdf>

*[file:///C:/Users/nenit/Downloads/anexo no 3 plan territorial de salud municipio de pasto 2020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/nenit/Downloads/anexo%20no%203%20plan%20territorial%20de%20salud%20municipio%20de%20pasto%202020%20(1).pdf)

*[https://www.researchgate.net/publication/320149159_Intereses_ocupacionales_de_los_adultos mayores de 60 años de la ciudad San Juan de Pasto Colombia](https://www.researchgate.net/publication/320149159_Intereses_ocupacionales_de_los_adultos_mayores_de_60_años_de_la_ciudad_San_Juan_de_Pasto_Colombia)