



Plan de negocio para un establecimiento de cuidado y embellecimiento de uñas (Encanto Nail)
en el municipio de Piedecuesta

Yesica Tatiana Torres Palomino

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente

Sede Bucaramanga (Santander)

Programa Administración de Empresas

abril de 2025

Plan de negocio para un establecimiento de cuidado y embellecimiento de uñas (Encanto Nail)
en el municipio de Piedecuesta

Yesica Tatiana Torres Palomino

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director

Carlos Eduardo Gomez Arenas

Magíster en Administración de empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente

Sede Bucaramanga (Santander)

Programa Administración de Empresas

abril de 2025

Dedicatoria

A mi familia, que es mi mayor fuente de inspiración y motivación, a mi hija, por ser mi razón de ser y mi motivación para trabajar hacia un futuro mejor.

A mi esposo, por su apoyo incondicional y su amor que brinda cada día. A mis padres, por su guía y sabiduría, que me han permitido crecer y desarrollarme como personas, a mis hermanas, por su amor y apoyo que siempre me han brindado.

A mis mentores y guías que me han brindado su sabiduría y experiencia. Su orientación y apoyo han sido fundamentales en el desarrollo de este plan de negocios.

A la comunidad de Piedecuesta, que me ha brindado la oportunidad de estudiarlos para realizar este plan de negocios. espero este negocio sea una fuente de orgullo y beneficio para la comunidad

A mis amigos y allegados que me han motivado y contribuido a lo largo de la carrera y de este plan de negocios.

A mi mismo, por la perseverancia y dedicación que he opuesto en el plan de negocio, con el cual sea un ejemplo de que, con esfuerzo y determinación, se pueden alcanzar grandes metas.

Agradecimientos

Agradezco a

Mi familia, por su apoyo incondicional y amor sin límite que me han acompañado en el proceso desde que inicie la cara hasta llegar el momento de presentar este plan de negocio.

A mis directores y mentores por brindar consejos, su orientación. El apoyo en los diferentes programas a lo largo de la carrera.

A la universidad Corporación Minuto de Dios, por brindarme la oportunidad de realizar mi proyecto de grado.

A mis compañeros y amigos, por su compañía, apoyo y motivación en momentos difíciles.

A todos aquellos que en el transcurrir de mi carrera han contribuido en mi crecimiento y desarrollo, gracias por su apoyo y confianza

Este proyecto de grado no hubiera sido posible sin la ayuda y apoyo de todas estas personas y organizaciones. Agradezco su contribución y reconocimientos.

ñ

Tabla de contenido

Lista de tablas	10
tabla de figuras	13
Lista de anexos.....	14
Resumen	15
Abstract	16
Introducción.....	17
CAPÍTULO I. Generalidades	18
1 Identificación del modelo de negocio	18
1.1 Situación encontrada	18
1.2 Objetivos.....	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3 Justificación.....	19
1.4 Marco Referencial	21
1.4.1 Marco teórico.....	21
1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente).....	22
1.4.3 Marco legal (Cuando sea pertinente).....	23
1.5 Concepto de negocio	25
1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas.....	25
1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	33
1.5.3 Población	34
1.5.4 Muestra.....	35
1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información	36
1.6 Alcances y limitaciones	36
CAPÍTULO II Modulo de Mercado	37
2 Módulo de mercado	37
2.1 Investigación de mercado	37
2.1.1 Análisis del mercado	37

2.1.2	Identificación del cliente	47
2.1.3	Buyer person (Basándose en la segmentación).....	48
2.1.4	Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor	51
2.2	Análisis de competencia.....	51
2.3	Marketing Mix.....	52
2.4	Tendencias del mercado	53
CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación		54
3	Modulo Técnico u operación	54
3.1	Descripción del Proceso	54
3.1.1	Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador).....	56
3.1.2	Ficha Técnica del Producto o Servicio	56
3.1.3	Diagrama de flujo de producción o del servicio	58
3.1.4	Recursos necesarios para operación óptima	59
3.2	Diseño de planta (Cuando sea pertinente).....	60
3.3	Propuesta de Valor	62
3.4	Validación de la idea	63
3.5	Prueba piloto	63
3.5.1	Testeo y Feedback.....	63
CAPÍTULO IV Modulo Organizacional		64
4	Estructura Organizacional	64
4.1	Misión y Visión	64
4.2	Valores corporativos	65
4.3	Objetivos estratégicos.....	65
4.4	Organigrama y Perfiles.....	66
4.4.1	Estructura orgánica	67
4.4.2	Perfiles	68
4.5	Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	70
4.5.1	Forma legal de la empresa	70
4.5.2	Registro y constitución	71
4.5.3	Capital social	72
4.5.4	Requisitos legales y regulatorios	72
4.5.5	Impuestos y obligaciones fiscales.....	73

4.5.6	Protección de propiedad intelectual	74
4.5.7	Cumplimiento normativo y ético.....	75
4.5.8	Asesoramiento legal.....	76
4.6	Gastos de Puesta en Marcha.....	76
4.7	Condiciones comerciales (Cuando sea pertinente)	76
CAPÍTULO V Modulo Financiero.....		77
5	Modulo Financiero	77
5.1	Proyección de ventas	77
5.1.1	Tabla de proyección de ventas y Justificación.....	78
5.1.2	Participación del mercado.....	78
5.1.3	Política de cartera	79
5.2	Inversión y financiación.....	80
5.2.1	Plan de inversión	80
5.2.2	Estrategias de financiamiento	81
5.2.3	Costos y gastos de operación	82
5.2.4	Costo variable unitario	82
5.2.5	Costos fijos	85
5.3	Proyección de ingresos, costos y gastos.....	88
5.4	Estados financieros	88
5.4.1	Balance General (proyectado a 5 años).....	88
5.4.2	Estado de Resultados (proyectado a 5 años)	90
5.4.3	Flujo de caja (proyectado a 5 años).....	91
5.5	Evaluación del proyecto	92
5.5.1	VAN	92
5.5.2	TIR	93
5.5.3	Punto de equilibrio.....	94
5.5.4	Razones Financieras	95
CAPÍTULO VI Impactos		96
6	Impactos	96
6.1	Impacto económico, social y ambiental	96
6.2	Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)	97
CAPÍTULO VII Conclusiones.....		98

7	Conclusiones	98
	CAPÍTULO VIII Recomendaciones.....	99
8	Recomendaciones	99
	Referencias	101
	Anexos	105

Lista de tablas

Tabla 1 Leyes y normativas para la creación de un centro de SPA de uñas _____	23
Tabla 2 servicios que se ofrecerán en Encanto Nails _____	32
Tabla 3 Modelo canvas _____	34
Tabla 4 Encuesta para público objetivo _____	38
Tabla 5 MPC para Encanto Nails _____	51
Tabla 6 Estrategias de Mercado _____	52
Tabla 7 Definición de procesos para spa de uñas _____	55
Tabla 8 Ficha técnica del servicio uñas acrílicas _____	56
Tabla 9 Ficha técnica uñas semipermanentes _____	56
Tabla 10 Ficha técnica uñas press on _____	57
Tabla 11 Ficha técnica uñas tradicionales _____	57
Tabla 12 Diagrama journey map _____	58
Tabla 13 Testeo y Feedback _____	63
Tabla 14 Objetivos estratégicos para spa de uñas _____	65
Tabla 15 Perfil del gerente _____	68
Tabla 16 Perfil del contador _____	68
Tabla 17 Perfil de auxiliar administrativo _____	69
Tabla 18 Perfil del técnico de uñas _____	69
Tabla 19 Perfil auxiliar de servicios generales _____	70
Tabla 20 registro y constitución de la empresa _____	71
Tabla 21 requisitos legales para el spa de uñas _____	72

	11
Tabla 22 trámites de registro _____	76
Tabla 23 condiciones comerciales _____	77
Tabla 24 Proyección de venta anual _____	78
Tabla 25 unidades anuales _____	78
Tabla 26 Participación del mercado _____	79
Tabla 27 Inversión inicial _____	80
Tabla 28 tabla de Amortización _____	82
Tabla 29 Precios de los productos por unidad _____	82
Tabla 30 Costo variable técnica tradicional _____	84
Tabla 31 Costo variable técnica semipermanente _____	84
Tabla 32 Costo variable técnica acrílicas _____	85
Tabla 33 Costo variable técnica Press On _____	85
Tabla 34 Gastos Fijos para Encanto Nails _____	86
Tabla 35 Gasto fijo nomina Aux administrativo _____	87
Tabla 36 Gasto fijo nomina Gerente _____	87
Tabla 37 Proyección de ventas, costos y gastos anuales _____	88
Tabla 38 Balance General _____	89
Tabla 39 Estado de Resultados _____	90
Tabla 40 flujo de caja _____	91
Tabla 41 Viabilidad _____	92
Tabla 42 VPN _____	93
Tabla 43 TIR _____	94

Tabla 44 Punto de equilibrio _____	94
Tabla 45 Razones financieras _____	95
Tabla 46 Rentabilidad _____	96
Tabla 47 impacto económico, social y económico _____	96
Tabla 48 Riesgos _____	97

tabla de figuras

Figura 1 Mapa de empatía para Encanto Nails _____	49
Figura 2 Imagen de posible ubicación del centro de spa la marcada en un recuadro. _____	53
Figura 3 Mapa de Procesos _____	54
Figura 4 Diseño de espacios para Encanto Nails _____	61
Figura 5 Organigrama spa de uñas _____	67

Lista de anexos

1. Enlace de encuesta
2. Enlace encuesta prueba piloto

Resumen

Encanto Nails tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio para un establecimiento de cuidado y embellecimiento de uñas en el municipio de Piedecuesta. El plan de negocio se enfoca en ofrecer servicios de alta calidad y personalizados en un entorno acogedor y comfortable, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

El plan de negocio incluye un análisis de mercado, un estudio de la competencia, plan de marketing y promoción, un plan de gestión de riesgos, un plan de gestión financiera y plan de gestión operativa.

El cual tiene como idea principal ofrecer servicios de cuidado y embellecimiento de uñas de alta calidad y personalizados, generando una experiencia única y satisfactoria para los clientes. Además, e busca crear un entorno de trabajo acogedor y comfortable para los empleados, fomentando la motivación y la productividad.

Palabras clave: plan de negocio, cuidado y embellecimiento de uñas, servicios personalizados, calidad.

Abstract

Encanto Nails aims to develop a business plan for a nail care and beautification establishment in the municipality of Piedecuesta. The business plan focuses on offering high quality and personalized services in a welcoming and comfortable environment, satisfying the needs and expectations of the clients.

The business plan includes a market analysis, a study of the competition, a marketing and promotion plan, a risk management plan, a financial management plan, and an operational management plan.

The main idea is to offer high quality and personalized nail care and beautification services, generating a unique and satisfactory experience for clients. In addition, it seeks to create a welcoming and comfortable work environment for employees, fostering motivation and productivity.

Keywords: business plan, nail care and beautification, high quality, personalized.

Introducción

El mercado de las uñas está experimentando un crecimiento significativo. Según un informe, el tamaño del mercado mundial de productos para uñas se valoró en USD 2,74 mil millones en 2024 y se proyecta que alcance los USD 3,89 mil millones para 2032, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4,50% durante el período de pronóstico de 2025 a 2032. (La República, 2021).

La industria de la belleza está en constante aumento y el mercado de servicios de uñas aún más como ya se pudo evidenciar, sin embargo, la competencia en este mercado es alta y las empresas deben encontrar formas de diferenciar y satisfacer las necesidades de los clientes. En este contexto, la presente investigación busca analizar la relación entre calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio. Además, se espera que el mercado de servicios de manicura genere ingresos sustanciales para 2032, con una participación de mercado del 70,0% (*Análisis de formación online, 2024*).

El negocio de uñas ofrece una oportunidad restable para aquellos que buscan aprovechar este crecimiento. La rentabilidad del negocio se puede medir a través de la generación de ingresos sustanciales, la creación de empleo y la satisfacción del cliente. Sin embargo, la competencia en este mercado es alta y las empresas debe encontrar la forma de diferenciar y satisfacer las necesidades de sus clientes.

En este plan de negocios, se presentará un análisis detallado del mercado y la competencia, así como un presupuesto del plan de negocio y estrategias de marketing para Encanto Nails, según Mintzberg (1987) la estrategia es un patrón de decisiones que se toma para alcanzar los objetivos de la organización. En este sentido, nuestro objetivo es desarrollar una estrategia efectiva que nos permita alcanzar los objetivos y llegar a establecer como líder en el mercado del cuidado y embellecimiento de las uñas.

CAPÍTULO I. Generalidades

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Situación encontrada

La investigación realizada en el sector de la belleza y el bienestar en Piedecuesta revelo una serie de oportunidades y desafíos que deben ser abordados para crear un plan de negocio exitoso.

Se lograron detectar las siguientes oportunidades y desafíos.

- Demanda en los servicios de belleza y bienestar, especialmente entre mujeres jóvenes y adultas. Según un informe (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2020). La demanda de servicios de belleza y cuidado personal ha aumentado en los últimos años, lo que presenta una oportunidad para negocios como Encanto Nails.
- La competencia en el mercado de la belleza, un reporte del (El Tiempo, 2020). Santander más apropiado Bucaramanga cuenta con una gran cantidad de establecimientos de SPA de uñas como salones de belleza a su vez. Lo que representa una competencia para Encanto Nails.
- Interés por la innovación y la tecnología, la ciudad de Bucaramanga ha demostrado un interés creciente por la innovación y la tecnología, lo que podría llegar hacer una oportunidad para el centro de spa Encanto Nails para incorporar las tecnologías y técnicas innovadoras en los servicios (La República, 2020).
- Se encontró a su vez un crecimiento demográfico y económico en Piedecuesta (Alcaldía de Piedecuesta, 2020). En los últimos años. Lo que representa una conveniencia para el plan de negocio de Encanto Nails.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para un establecimiento de atención a personas para el cuidado, mantenimiento y embellecimiento de uñas, que ofrezca un servicio de alta calidad y personalizado, en un entorno acogedor y confortable, que satisfaga la necesidades y expectativas de los clientes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado para la creación de una empresa que preste los servicios de embellecimiento y cuidado de las uñas en el municipio de Piedecuesta
- Identificar la estructura administrativa y de procesos requerida para la creación de una empresa que prestadora de servicios de cuidado y embellecimiento de uñas en el municipio de Piedecuesta.
- Determinar las necesidades técnicas y de infraestructura para la creación de la empresa prestadora del servicio de uñas en el municipio de Piedecuesta.
- Evaluar financieramente el plan de negocio para la creación de la empresa prestadora del servicio de cuidado y mantenimiento de uñas en el municipio de Piedecuesta.

1.3 Justificación

La creación de la empresa Encanto Nails responde a las necesidades de ofrecer servicios más personalizados y de calidad en la atención al cliente en Piedecuesta. La investigación que se realizó revela una brecha en el mercado local, donde los clientes buscan experiencias únicas y memorables en un entorno acogedor y confortable. Piedecuesta es uno de los 87 municipios del departamento de Santander, Colombia. De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2024 Piedecuesta tenía 192,193 habitantes: 98,828 mujeres (51.4%) y 93,365 hombres (48.6%). Los habitantes de Piedecuesta representaban el 8.1% de la población total de Santander en 2024. (DANE, 2024)

Según estudios del departamento administrativo nacional (DANE) la población de Piedecuesta ha experimentado un crecimiento, alcanzando un total de 192.193 habitantes. Este aumento demográfico ha generado una mayor demanda de servicios de belleza y cuidado personal en la región. En particular, se ha identificado una falta de ambiente acogedor y de servicios personalizados que satisfagan las necesidades y preferencias de los clientes.

El plan de negocios para Encanto Nails ofrece la oportunidad de innovar y diferenciar en el mercado, mediante la oferta de servicios únicos y personalizados, que mejoren la calidad de vida de los clientes contribuyendo a su bienestar físico y emocional. Adicional de generar empleo para los profesionales en manicura y pedicura contribuyendo al desarrollo económico. Tan solo el año 2024 se graduaron en profesionales en belleza 96 mujeres cabeza de hogar que quieren cambiar su entorno de vida, algunas con ideal de crear su propio negocio y otras buscado ofertas laborales (Danilo Pérez, EL frente, 2024.)

De acuerdo con la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, en 2023 las ventas de estos dos segmentos de la economía en Colombia sumaron más de US\$5.369 millones, lo que representó un crecimiento del 11,14% frente al 2022, y cuyo resultado se ubicó por encima de lo logrado antes de la pandemia, dado que en 2019 se habían facturado alrededor de US\$5.207 millones. (ANDI, 2024), el arreglo y cuidado de uñas entra en este segmento por eso se estima un crecimiento anual del 8% para los siguientes cinco años.

Se ven reflejadas brechas en financiamiento, Se estima que alrededor de una de cada tres mujeres enfrenta restricciones para acceder a financiamiento. Por el lado de la oferta, esta brecha se ve aumentada por la exigencia de altos colaterales, que es significativamente mayor frente a la de las empresas dirigidas por hombres. (Revista-Coyuntura-Pyme-No-70, 2023) Un tercio de las mujeres enfrentan dificultades para acceder a un financiamiento y se requieren de colaterales más altos que para las empresas que son manejadas por mujeres. Muchas de ellas prefieren financiarse con recursos

propios o de familiares antes que acudir a intermediarios financieros formales. Las mujeres enfrentan discriminación y estereotipos que limitan su participación en la economía, basta con ver la baja participación en los puestos de decisión y liderazgo en las empresas.

En justificación, el proyecto Encanto Nails se contextualiza por la demanda creciente del servicio de cuidado, embellecimiento y bienestar de las uñas, la falta de opciones de alta calidad en el mercado local, la oportunidad de innovar, la generación de empleo y la mejora de la calidad de vida de los clientes.

1.4 Marco Referencial

1.4.1 Marco teórico

El plan de negocio se basará en las teorías de marketing, emprendimiento y la teoría de la gestión del personal esto nos lleva a encontrar que.

Según el marketing se enfoca en la creación de valor para el cliente y la satisfacción de sus necesidades. Según Kotler (2017), "el marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, pricing, promoción y distribución de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de las partes involucradas. Es entender las necesidades de los clientes y encontrar la forma de satisfacerlas. Por ejemplo, si ellas están buscando relajación y reducir el estrés. Se puede ofrecer los servicios de manicura y pedicura que incluyan estas técnicas. Haciendo diferencia con la competencia ya sea a través de la calidad de los servicios o la variedad de productos que se ofrezcan.

El plan de negocios Encanto Nails se basa en las creencias de que el emprendimiento es un proceso de descubrimiento y explotación de oportunidades de negocio, como los sostiene la teoría de la Creación de Empresas (Kirzner, 1973). En este sentido, el plan de negocio busca identificar y aprovechar oportunidades en el mercado de la belleza y el cuidado personal que otros no ven. Además, el plan se enfoca en innovación y la creación, siguiendo la teoría del emprendedor como innovador de Schumpeter

(1934). Esto refleja en la oferta de servicios personalizados y de alta calidad que busca satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes. La satisfacción de los clientes es un aspecto fundamental del plan de negocios, ya que busca crear valor para los clientes y satisfacer las necesidades, como sostiene Oliver (1997). Para lograr esto, el plan se enfocará en la creación de un ambiente acogedor y relajante que supere las expectativas de los clientes.

En cuanto a la gestión del personal, se basa en la hipótesis de motivación de Herzberg (1959), que sostiene que las personas están motivadas por dos tipos de factores. Los factores de higiene y los factores de motivación. En este sentido, el plan de negocio busca crear un ambiente de trabajo que sea cómodo y seguro para los empleados y que también les brinde oportunidades para crecer y desarrollarse profesionalmente. El plan de negocio se basa en la creencia de que el emprendimiento es un proceso de descubrimiento y explotación de oportunidades de negocio y que la innovación, la creatividad y la satisfacción del cliente son fundamentales para el éxito del negocio.

1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente)

Según el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), un emprendedor es una persona que crea una nueva empresa o negocio, asume riesgos y responsabilidades para llevar a cabo su idea empresarial. Busca oportunidades de crecimiento y desarrollo para su empresa. (Cordero et al., 2019)

El informe GEM también nos dice que la Innovación se define como la creación de nuevos productos, servicios o procesos que satisfagan necesidades del mercado, la mejora de productos, servicios o procesos existentes para aumentar su eficiencia o efectividad. La adopción de nuevas tecnologías o métodos para mejorar la competitividad de la empresa. (Cordero et al., 2019)

En Colombia según el reporte GEM, los empresarios están categorizados como aceptación sociocultural, empresas intencionales y empresas potenciales, donde podríamos ubicarnos en el en la categoría de emprendedor potencial. Esta la idea de montar empresa, pero no se ha decidido hacerse realidad.

Aceptación sociocultural hacia la creación de empresa, se refiere a la percepción que tiene la sociedad sobre la creación de empresas y emprendimientos. Incluye la actitud hacia el riesgo, la innovación y la iniciativa empresarial. Un entorno sociocultural favorable puede motivar a las personas a crear empresas. (Varela Villegas et al., 2020)

Empresas intencionales, hace referencia a las empresas que están en proceso de creación, es decir, las personas que han tomado la decisión de crear una empresa y están trabajando en ella. Incluye a las personas que han identificado una oportunidad de negocio y están desarrollando un plan de negocios. Las empresas intencionales pueden ser influenciadas por factores como la financiación, la mentoría y el acceso de recursos. (Varela Villegas et al., 2020)

Empresas potenciales, son las empresas que tienen el potencial de crearse, pero aún no existen. Incluye a las personas que tienen la intención de crear una empresa, pero aún no han tomado la decisión final. Las empresas potenciales pueden ser influenciadas por factores como educación, experiencia laboral y el acceso de recursos. (Varela Villegas et al., 2020)

1.4.3 Marco legal

El marco legal es un aspecto fundamental para el desarrollo de cualquier negocio, ya que establece normas y regulaciones que deben ser cumplidas para operar de manera legítima y ética. En el caso de Encanto Nails, es importante considerar las leyes y regulaciones que rigen en el sector de la belleza y el cuidado personal en Colombia, así como las normas de salud y seguridad que deben ser cumplidas para proteger a los clientes y empleados. En este sentido, el presente marco legal tabla #1 busca proporcionar una visión general de las normas y regulaciones que son relevantes para el negocio de Encanto Nails y que deben ser consideradas para garantizar el cumplimiento de la ley y la protección de los intereses de los clientes y empleados.

Tabla 1 Leyes y normativas para la creación de un centro de SPA de uñas

Ley/Normativa	Descripción
Ley 1258 de 2008	La sociedad por Acciones simplificadas (SAS) tipo de sociedad empresarial que se caracteriza por tener un capital dividido en acciones. (secretaria del senado, 2008)
Ley 2069 de 2020(ley de emprendimiento)	Busca promover y fortalecer los emprendimientos en Colombia, incluye incentivos fiscales, acceso a líneas de crédito, capacitación gratuita y simplificación de trámites. (Función pública, 2020)
Ley 527 de 1999	Regula el comercio electrónico en Colombia. Establece la validez jurídica de las transacciones digitales y los mensajes de datos. (Función pública, 1999)
Ley 1581 2012	Define el régimen de protección de datos personales. Obliga a la empresa a garantizar la seguridad de la información de sus clientes y a solicitar autorización para tratamientos de datos (Función pública, 2012)
Ley 2125 de 2021	Por medio del cual se establece incentivos para la creación, formalización y fortalecimiento de las micros, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres y se dictan otras disposiciones. (Función pública, 2021)
Resolución 1446 de 2013	Establece los requisitos para habilitación y funcionamiento de los establecimientos de salud, incluyendo los salones de uñas. (Ministerio de salud y protección social, 2013)
Resolución 2674 de 2013	Establece requisitos para la higiene y la limpieza de los establecimientos de salud, incluyendo los salones de belleza. (Ministerio de salud y protección social, 2013)
Decreto 3518 de 2009	Este decreto establece las normas para la seguridad y la salud en el trabajo en los establecimientos en salud, incluyendo los salones de uñas (Ministerio de salud y protección social, 2009)
Ley 1751 de 2015	Esta ley define los determinantes sociales de la salud y busca garantizar el derecho a la salud en todos los ciudadanos, incluyendo la salud en los lugares de trabajo como salones de uñas. (Función pública, 2015)

Nota: elaboración propia, basado en normas y leyes del país.

1.5 Concepto de negocio

1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas

1.5.1.1 Segmento de clientes

Según las proyecciones del DANE cuenta con 192,193 habitantes: 98,828 mujeres (51.4%) y 93,365 hombres (48.6%) en el 2024

En Colombia, de acuerdo con el Código de la Infancia y la Adolescencia, los adolescentes son las personas que tienen de 12 a 17 años. En 2024 Piedecuesta tenía 16,797 adolescentes: 8,212 mujeres (48.9%) y 8,585 hombres (51.1%). Los adolescentes representaban el 8.7% de la población total de Piedecuesta en 2024. De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2024 Piedecuesta tenía 143,796 personas mayores de 18 años: 75,289 mujeres (52.4%) y 68,507 hombres (47.6%). Los mayores de edad representaban el 74.8% de la población de Piedecuesta en 2024. (DANE, 2024.)

Encanto Nails se enfocará en un nicho específico del mercado que incluye a mujeres y hombres en las edades entre 15 a 55 años (106.760), residentes en el municipio de Piedecuesta, el cual fue segmentado en tres categorías. La primera son jóvenes (hombres y mujeres) en edades de 15 a 17 años, mujeres en edades de 18 a 55 años y los hombres en edades de 18 a 55 años (DANE, 2024).

1.5.1.2 Propuesta de valor

1.5.1.2.1 Valor agregado de la idea de negocios.

En Encanto Nails se comprometerá a brindar una experiencia personalizada y relajante, donde cada cliente se sienta valorado y atendido con dedicación, el objetivo es hacer que se sientan en casa, mientras los expertos profesionales en uñas les ofrecen tratamientos de calidad y diseños innovadores. Además de contar con facilidades de pago.

1.5.1.2.2 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio).

Atributo físico:

Instalaciones acogedoras, llamativas y cómodas, con una sala de espera amplia con wifi y TV

Variedad de estilo:

Se contará con capacitación continua para conocer diferentes técnicas y estilos que salgan al mercado, personas profesionales en manualidad a la hora de trabajar pinceles.

Facilidad de pago:

Se dispondrá de medios de pago físicos, electrónicos y digitales, optando por la modalidad que más les facilite.

Atributo psicológico

Confianza y seguridad:

Cada persona que llegue podrá sentirse en un lugar de paz y tranquilidad, además de sentirse confiando de que este en un lugar con profesionales en el tema y que será muy baja la probabilidad de desagrado. Con las técnicas y diseños que se realicen podrán salir seguros de sí mismo y con una autoestima más alta.

1.5.1.3 Canales de comunicación, distribución y venta

Canales de comunicación: Encanto Nails contará con un plan de mercadeo se pude evidenciar en el capito estrategias del mercado en la tabla 6, donde su fuerte se enfocará en fortalecer el marketing digital, para atraer a su público objetivo y generar intereses en sus servicios. También se contará con la publicidad física llevándola de punto a punto.

Canales de distribución: el canal será netamente físico donde se atenderá el cliente final en el municipio de Piedecuesta.

Canales de venta: el principal canal será en el punto físico cuando se termine el servicio vendido en los diferentes métodos de pago. Se utilizarán los mensajes internos vía celular o computador, para la reservación de agenda y asesoramiento de los clientes.

1.5.1.4 Relacionamiento con el cliente

Encanto Nails quiere llegar tener un relacionamiento cercano y personalizado con sus clientes a través de las siguientes estrategias.

Atención personalizada: nos esforzaremos en conocer las necesidades y preferencias de cada cliente para ofrecerle una experiencia personalizada

Calidad y experiencia: nos comprometemos a brindar servicios de alta calidad y utilizar productos de alta categoría.

Comunicación efectiva: nos esforzaremos por mantener una comunicación clara y transparente con nuestros clientes, escuchando sus comentarios y sugerencias.

Respeto y cortesía: nos comprometemos a tratar a nuestros clientes con respeto y cortesía en todo momento.

Seguimiento: los técnicos que trabajen con nosotros y la propietaria se encargaran de realizar un seguimiento con los clientes para asegurarse de que los clientes queden satisfechos con el servicio.

1.5.1.5 Recursos claves requeridos

- **Recurso Humano:** se puede ver en el organigrama Figura 5

Técnico en belleza(manicurista): la persona encargada de realizar las diferentes técnicas.

Recepcionista: atender los clientes y gestionar reservas

Gerente: supervisar el funcionamiento del negocio y toma de decisiones estratégicas

Contador: llevara a cargo la contabilidad y rentabilidad del establecimiento

Auxiliar de servicios generales: se encarga de la limpieza y orden del establecimiento

- **Recurso físico:**

Local comercial: lugar de atención al cliente.

Equipo y mobiliario: sillas, mesas, lámparas para un ambiente acogedor y funcional.

Productos y materiales: los insumos que se vayan a utilizar en los diferentes servicios ofertados.

- **Recurso financiero:**

Inversión inicial: para cubrir los gastos iniciales del negocio, como alquiler, compra de equipos, mobiliario, insumos y herramientas de trabajo.

Flujo de caja: para cubrir los gastos mensuales, como sueldos, productos y materiales.

- **Recurso tecnológico:**

Sistema de gestión: para gestionar las reservas, los servicios y los productos, para iniciar se realizará con servicios ofimáticos de Excel.

Redes sociales: para promocionar el negocio y conectarse con los clientes.

Agendamiento: se trabajará con Google calendar aprovechando de sus beneficios gratuito para realizar reserva y asignación de citas.

1.5.1.6 Actividades claves requeridas

- **Atención al cliente:**

Recepción y atención: el auxiliar administrativo estará en zona de recepción donde dispondrá de un computador y celular, para realizar reservas, enviar recordatorio de citas, recibir la clientela y le indicará el profesional que la va a atender.

Consulta y asesoramiento: el técnico de uñas será el encargado de realizar consulta con los clientes para determinar las necesidades y preferencias, valorará el estado de sus uñas y así dar un diagnóstico pertinente para los beneficios de los clientes.

Servicio y atención: El técnico de las uñas será quien realizará las diferentes técnicas de uñas, la que el cliente solicite o le convenga para sus uñas.

- **Actividad de gestión:**

Gestión de reservas: la persona encargada de llevar el sistema de Google calendar gestionara las reservas y programar los servicios.

Gestión de inventario: se realizará un documento en Excel editable donde se consignará los insumos comprados con su debida fechas de vencimiento y las cantidades en reserva para llevar un caculo exacto de los productos existentes, próximos agotar o vencer.

Gestión de personal: se realizará un estudio de hojas de vida con experiencia y habilidades en cada una de las técnicas que se vayan a ofrecer. Se llevará a cabo un agendamiento para capacitar al personal ya sea en técnicas de uñas o reforzamiento en atención al cliente.

- **Actividad de marketing y promoción:**

Publicidad: se realizará publicidad en todas las redes sociales o las más frecuentadas por el público, como también ser utilizará los medios físicos para ser entregados en locales donde vendad cosméticos o tiendas de ropa, centros comerciales. Que sean relevantes para las uñas.

Eventos y promociones: se tendrá en cuenta las fechas importantes en el año para programar promociones y eventos que pueda ser útil para la fidelización de clientela como también para las ganancias de la empresa

- **Actividad de operación:**

Limpieza y mantenimiento: se tendrá un establecimiento organizado, limpión con aroma agradable, que de todo el gusto de verlo y querer entrar.

Gestión de equipo y herramientas: se contará con las herramientas y equipo necesarios para los para cada una de las técnicas de uñas que se vayan a ofrecer.

Seguridad y salud: se dispondrá de cámara de vigilancia para la seguridad de los trabajadores como de los clientes que se encuentren en el lugar, los trabajadores contarán con su seguridad social y riesgos profesionales para garantizar una atención pertinente ante cualquier emergencia.

- **Actividad de finanzas:**

Gestión de cobro y pagos: el auxiliar administrativo realizará la gestión de los cobros, como el mismo recibirá los pagos de los servicios realizados.

Gestión de gastos: se llevará a cabo un cronograma de los gastos que vayan generando en el salón, ejemplo servicios públicos, proveedores.

Análisis financiero: realizar el análisis financiero como balances, estados de resultados como se puede visualizar en el capítulo financiero del documento, para evaluar el desempeño del salón de belleza.

1.5.1.7 Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio

Encanto Nails necesita y espera llegar a tener los siguientes socios claves.

Proveedores:

- Distribuidores de productos de belleza: como Masglo que es un proveedor de todos los insumos necesarios para las uñas desde esmaltes hasta herramientas para uso de limpieza y diseño de las uñas, además cuenta con una línea vegana que sería fantástico probar para las clientas que optan por cuidar más de su salud. Así podríamos obtener productos de alta calidad y precios competitivos. (Forbes, 2024)

Asociaciones y organizaciones:

- Con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga con los diferentes talleres o charlas de fortalecimiento en la creación de empresa. Anualmente y en el transcurso del año realizan diferentes eventos con el propósito de ayudar los empresarios y futuros empresarios en la creación o innovación de sus servicios y productos. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2025)
- Asistir y pertenecer anualmente al exponails Medellín: este es un evento que se realiza anualmente para aprender, ofrecer y fortalecer el negocio de las uñas (exponails Medellín, 2025)
- Alianzas o unión con empresas del sector de Piedecuesta como accesorios o salones de belleza para trabajar en conjunto en los días feriados para realizar promociones o ventas en combos.

Socios y aliados

- Socios inversionistas: a futuro Encanto Nails espera contar con inversión de futuros socios, para la ampliación o adaptación de una nueva sede.
- aliados a futuro: se puede pensar en dar en alquiler una parte del local para una persona que trabaje temas relacionados con la belleza, como peluquería, masajes, limpiezas faciales.

1.5.1.8 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios

Ingreso por servicio de uñas:

La tabla 2 detalla los servicios de uñas que se ofrecerán en Encanto Nails, junto con su respectivo precio que se podrán observar en la tabla #8, #9, #10 y #11 y las descripciones. Esta table permite entender la variedad de opciones disponibles para los clientes y como cada servicio contribuye

a la generación de ingresos para el negocio. Cada una son técnicas que se diferencian por los productos que se usan como el proceso de secado. a su vez se va a adicionar un valor por los masajes o exfoliaciones que se van a realizar en cada servicio.

Tabla 2 servicios que se ofrecerán en Encanto Nails

Servicio	Incluye
Técnica tradicionales	Limpieza En manos y pies o separado Escoger color de esmalte y diseño Esmalte de secado rápido
Técnica Acrílicas	Limpieza solo manos Retiro de material anterior Escoger color de esmalte y diseño Montaje con sus debidos accesorios basados en acrílicos.
Técnica press on	Limpieza de uñas en las manos Retiro de material anterior Se escoge diseño y colores Para esta técnica se usas plantillas con forma de uña como anteriormente se conocía como uñas postizas, pero son mejor elaboradas y el material no es perceptible.
Técnica semipermanente	Limpieza de manos o pies Se escoge el diseño y color Retiro de material si lo hay Se usa esmaltes con secado en lampara

Nota: creación propia para categorizar los servicios ofrecidos

1.5.1.9 Identificación de costos claves de la idea de negocios

Costos fijos:

- **Servicios públicos:** costos mensuales en luz, agua, gas internet y telefonía para los servicios esenciales para el funcionamiento del local.
- **Alquiler del local:** costos mensual o anual por el arriendo del local donde se ubicará el negocio.
- **Equipo y mobiliario:** costo de compra o alquiler de equipo y mobiliario necesario para el funcionamiento del negocio.
- **Seguros:** costo de seguro para proteger el negocio contra riesgos, esto se evalúa con una entidad prestadora de servicios de seguros todo riesgos para empresas Pyme, donde

se basan en el valor del contrato del arrendamiento, que porcentaje desea cubrir y los materiales que se desean sean protegidos.

Costos variables:

- **Productos y materiales:** costos de materiales y productos necesarios para prestación de servicios de uñas
- **Mano de obra:** costo de contratación y capacitación de personal para la prestación de servicio de uñas
- **Publicidad y marketing:** costo de promocionar el negocio.

Costos de operación:

- **Mantenimiento y reparación:** costo de mantenimiento y reparación de equipos y mobiliarios,
- **Suministro y materiales de oficina:** necesarios para la administración del negocio.

1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios

En la tabla #3 el lienzo canvas, presenta una visión integral para un establecimiento de uñas para el cuidado y embellecimiento de ellas, que busca satisfacer la necesidad y expectativas de los

clientes, presentando un plan de negocio innovador para la industria del cuidado de las uñas en el municipio de Piedecuesta.

Tabla 3 Modelo canvas

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA VALOR	VENTAJA COMPETITIVA	SEGMENTO DE CLIENTE
El problema encontrado en los spas de uñas en los últimos tiempos es la falta de un lugar seguro, confiable y agradable, que los clientes se puedan sentir bien se identifiquen y encentren su personalidad a través de las uñas.	Un lugar que sea llamativo, acogedor y tranquilo en un punto estratégico	En Encanto Nails, creemos que la belleza va más allá de lo superficial, el enfoque en la salud y bienestar de las uñas, combinando con la experiencia en técnicas innovadoras, les brindara un resultado duradero y radiante. Además de un ambiente acogedor, cómodo y tranquilo.	Personal capacitado Espacios cómodos Atención personalizada Técnicas innovadoras, tecnologías en aparatos de masajes.	Se beneficiará niños, jóvenes y adultos. En la atención de niños será un personal carismático en un ambiente seguro y agrádale a su vista con la técnica más conveniente para ellos. En los jóvenes se tendrá en cuenta las tendencias en temporada para ser aplicada en ellos En los adultos unas técnicas sobrias con colores adecuados, un ambiente relajante con música suave y amena.
	METRICAS CLAVES Ingresos Retención de clientes Operación y eficiencia Marketing y redes sociales. Satisfacción de cliente		CANALES Será promocionado en el mercado digital. La confiable voz a voz Participación en eventos Actividades comunitarias Relacionamiento con las comunidades de la zona	
DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIO		RETRIBUCIÓN		
Contar con una instalación y ambiente elegante con una iluminación calidad y relajante a la vez, innovación de diseños de uñas con asesoría y diagnóstico de ellas. Con una productividad y eficiencia basado con reservas de citas, para que sea más ágil su atención, con un equipo de trabajo experimentado y capacitado		Financiero: Ingresos por servicios de manicura y pedicura. Incremento en la clientela y fidelización. No financieros: Satisfacción del cliente.		

1.5.3 Población

La población representa el grupo completo de personas que Encanto Nails considera como su mercado potencial, en este caso la población estaría conformada por, mujeres y hombres entre 15 a 55 años en el municipio de Piedecuesta. Sobre todo, aquellas personas que valoran y usan los servicios de manicura y pedicura.

Población 106.760 dato del (DANE, 2024) para el municipio de Piedecuesta

1.5.4 Muestra

Para llevar a cabo la investigación y obtener datos precisos y representativos de la población objetivo, se requiere seleccionar una muestra que sea lo suficientemente grande y diversa para reflejar la características de la población en general. En este sentido, la presente sección describe el proceso de muestreo utilizado para seleccionar la muestra que se utilizara para la investigación. Se detalla los criterios de selección, el tamaño de la muestra y la técnica de muestra utilizada, con el objetivo de garantizar la validez y la confiabilidad de resultados. Se realizó una suma de la población entre hombres y mujeres en las edades de 15 a 55 años la cual da como resultado 106.760 personas, se toma un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%.

Se relaciona fórmula utilizada para la toma de la muestra.

FORMULA: tamaño muestra= $Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$

Donde

Z= nivel de confianza (95% 0 99%)

P= 5

C= margen de error (0.4 - +-4)

Los números y porcentajes establecidos para la toma de la muestra

Se determina la población 106.760

Nivel de confianza: 90%

Margen de error: 10%

Muestra: 69

La muestra seleccionada para la investigación estuvo compuesta por 69 personas, quienes van a ser encuestados para recolectar la información sobre sus hábitos y preferencias en relación con los servicios de belleza y cuidado de las uñas. La muestra fue seleccionada de manera aleatoria y se busca que sea representativa de la población objetivo.

1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para obtener datos relevantes y específicos sobre las necesidades y preferencias del público objetivo para Encanto Nails, se opta por una encuesta. Esta técnica es adecuada para recolectar información directa, cuantificable de un grupo amplio de personas, permitiendo una visión clara de las necesidades de los clientes potenciales para la empresa. Se realiza un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas. Este fue diseñado para obtener información cuantitativa y cualitativa, llegando así a medir las preferencias, opiniones y percepciones de los clientes. El cuestionario se aplicó a 68 personas, seleccionadas del muestreo con un total de 52 preguntas.

1.6 Alcances y limitaciones

Los alcances de la presente investigación se centra en la recopilación de información sobre las necesidades y preferencias de los barrios de los clientes potenciales de Encanto Nails e los barrios de Piedecuesta, mediante la entrevista y una muestra de 69 personas entre 15 a 55 años, de ambos sexos. Sin embargo, es importante destacar que la investigación tiene algunas limitaciones, como la falta de representatividad de la población mayor de 55 años, así como el posible sesgo en la selección de la muestra, ya que se enfocó en los barrios de Piedecuesta y no se consideró otras zonas de la ciudad. Además, la investigación no contemplo la opinión de personas con discapacidad o de otros grupos específicos que podría tener necesidades y preferencias diferentes. Por lo tanto, los resultados de la investigación deben ser interpretados con cautela y considerar las limitaciones mencionadas.

CAPÍTULO II Modulo de Mercado

2 Módulo de mercado

2.1 Investigación de mercado

caracterización del sector, para determinar la viabilidad de un proyecto es necesario analizar los diferentes aspectos que inciden de forma directa o indirecta en su desarrollo. Actualmente la cosmetología de nueva generación elabora formulas muy precisa y activas que consiguen solucionar las alteraciones de las uñas a nivel de textura, crecimiento y color.

Colombia es uno de los países de más rápido crecimiento en la industria cosmética de América Latina debido al creciente interés de los consumidores por los productos cosméticos de color. Según datos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Colombia ocupa el cuarto lugar en ventas de productos de maquillaje y cosméticos en América Latina. La mejora de la calidad de vida, los efectos positivos de la belleza y el cuidado personal en la autoestima y la interacción social, y el cambio gradual de los consumidores hacia marcas de cosméticos premium y de lujo son algunos de los factores que probablemente impulsarán el crecimiento del mercado durante el período previsto. 9(Mordor Intelligence, 2024). Los esmaltes son catalogados como cosméticos y son uno de los productos más vendidos individual como por mayor.

Unas manos y pies bien cuidadas son la carta de presentación de la mujer y el hombre moderno que trabaja, socializa y desea verse bien todo momento. Esta necesidad ha dado paso a un negocio altamente redituable que puede alcanzar utilidades superiores al 100% aseguran empresario de la materia.

2.1.1 Análisis del mercado

Tabla 4 Encuesta para público objetivo

PREGUNTA	RESPUESTA	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE
1. Edad	Menos de 18 años	9	13%
	18 a 25 años	13	19%
	26 a 35 años	26	38%
	36 a 45 años	11	16%
	Mas de 45 años	10	14%
2. Genero	Femenino	55	80%
	Masculino	13	19%
	Otro	1	1%
3. Ocupación	Estudiante	21	30%
	Profesional independiente	12	17%
	Empleado/a	36	52%
4. Nivel de ingresos	Menos de \$1.000.000	17	25%
	\$1.000.000 - \$3.000.000	40	60%
	Mas de \$3.000.000	10	10%
5. Nivel educativo	Básica primaria	0	0%
	Secundaria	31	45%
	Técnico - Tecnólogo	18	26%
	Profesional	20	29%
6. ¿En municipio de Santander vive?	Piedecuesta	68	99%
	Otro	1	1%
7. ¿En qué municipio de Santander trabaja?	Piedecuesta	49	75%
	Otro	16	25%
8. ¿Barrio o localidad donde vive?	Todas las respuestas fueron barrios de Piedecuesta	69	99%
9. ¿Conoce centro de spa de uñas?	Si	55	80%
	No	14	20%
10. ¿Ha visitado otros centros de spa de uñas en el pasado?	Si	58	84%
	No	11	16%
11. ¿Qué aspecto de la calidad del servicio te impresionó más en esos spas? (Puedes elegir más de una opción)	Comodidad y diseño del mobiliario	32	26%
	Limpieza y organización	42	34%
	Ambiente relajante (iluminación, música, aromas)	37	30%
	Tecnología moderna (lámparas LED, equipos avanzados)	11	9%
12. ¿Qué cualidad del personal te pareció destacable?	Amabilidad y trato cordial	23	34%
	Profesionalismo y experiencia	26	39%
	Capacidad para entender las necesidades	18	27%
13. ¿Qué servicio o detalle específico te sorprendió y te hizo volver?	Las experiencias más vistas son: calidad, experiencia, el personal.	66	80%
14. ¿Qué servicio o detalle específico no te gustó e hizo que no volvieras?	Falta de ventilación	62	75%
	La demora		
	Limpieza		
	Servicios		
	Fueron las respuestas más vistas		
	Efectivo	31	33%

15. ¿Qué medios de pago utilizas con más frecuencia?	Tarjeta de crédito	5	8%
	Tarjeta debito	3	5%
	Transferencias bancarias	5	8%
	Pagos digitales (ejemplo: Nequi, Daviplata, u otras aplicaciones)	23	25%
	Otro	0	
16. ¿Si prefieres pagos digitales, ¿qué aplicaciones o plataformas utilizas?	Nequi	50	93%
	Daviplata	4	7%
	PayPal	0	
17. ¿Qué tan importante es para ti la facilidad y rapidez al momento de pagar?	Muy importante	35	52%
	Importárteme	30	45%
	Poco importante	2	2%
	No es importante	0	0%
18. ¿Qué diseños o estilos prefieres en los esmaltes o decoraciones de uñas?	Colores clásicos y neutros	34	50%
	Colores clásicos y neutros	11	16%
	Brillos y efectos especiales (efecto brillo, cromo, etc.)	17	25%
	Decoraciones temáticas o de temporada	6	9%
19. ¿Qué tan importante es para ti la marca de los productos que compras?	Muy importante	31	46%
	Importante, pero no decisivo	25	37%
	No es importante, mientras sea de buena calidad	12	17%
20. ¿Qué productos te gustaría que estuvieran disponibles en el spa? (Puedes elegir más de una opción)	Cremas hidratantes para manos y pies	44	47%
	Aceites esenciales o aromaterapia	28	30%
	Kits de manicura y pedicura para uso en casa	22	23%
21. ¿Qué servicios adicionales te interesarían?	Masajes de manos o pies	36	53%
	Exfoliaciones para manos o pies	17	25%
	Tratamientos de parafina	6	9%
	Diseño personalizado de uñas (arte único)	9	13%
22. ¿Te gustaría que el spa ofreciera paquetes personalizados (por ejemplo, manicure con masaje o exfoliación)	Sí, me encantaría	45	66%
	No, prefiero servicios individuales	7	10%
	Depende del precio y la oferta	16	24%
23. ¿Estarías interesado/a en kits de regalo (paquetes de productos y servicios)?	Sí, sería una buena opción	54	79%
	No, no me interesa	6	9%
	Dependería del costo	8	12%
24. ¿Te gustaría participar en eventos exclusivos del spa (por ejemplo, días de spa para grupos o promociones temáticas)?	Sí, me parecería interesante	53	79%
	No, prefiero visitas individuales	14	21%

25. ¿Qué tipo de eventos le gustaría que hubiera en el centro de spa de uñas?	La mayoría dice que prefiere la participación en eventos de cumpleaños	62	
26. ¿Qué otros productos o servicios crees que deberíamos agregar?	Un servicio adicional es el tema de la piel en el rostro	60	
27. ¿Qué tan importante es para ti la comodidad de las sillas y muebles en un spa de uñas?	Muy importante	38	57%
	Importante	27	40%
	Poco importante	2	2%
	No es importante	0	0%
28. ¿Qué tipo de ambiente prefieres durante tu servicio en el spa?	Relajado y silencioso	21	31%
	Con música de fondo suave	36	53%
	Animado y con mayor interacción	11	16%
29. ¿Qué estilo de diseño prefieres en un spa de uñas?	Minimalista y moderno	13	19%
	Clásico y elegante	37	54%
	Colorido y alegre	14	21%
	Temático (por ejemplo, tropical, vintage, etc.)	4	6%
30. ¿Qué tan importante es para ti la percepción de limpieza en las instalaciones?	Muy importante	48	71%
	Importante	17	25%
	Poco importante	3	4%
	No es importante	0	0%
31. ¿En qué tipo de zona prefieres que esté ubicado el spa?	Zona residencial	22	32%
	Zona comercial	28	41%
	Centro de la ciudad	18	26%
32. ¿Qué tan importante es para ti que el spa esté cerca de medios de transporte público?	Muy importante	26	38%
	Importante	34	50%
	Poco importante	5	7%
	No es importante	3	4%
33. ¿Prefieres un spa con facilidad de parqueadero para vehículos y motos?	Si	62	91%
	no	6	9%
34. ¿Qué tan lejos estás dispuesto/a viajar para visitar un spa de uñas?	Menos de 10 minutos	18	26%
	Entre 10 y 20 minutos	33	49%
	Más de 20 minutos si vale la pena	17	25%
35. ¿Cómo te gustaría enterarte de nuestras promociones y servicios?	Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)	48	55%
	Correo electrónico	11	13%
	Mensajes de texto o WhatsApp	19	22%
	Recomendaciones de amigos o conocidos	10	11%
	Otra, cual sería.	0	0%
36. ¿Si prefieres redes sociales, ¿cuáles utilizas con mayor frecuencia?	Facebook	20	34%
	Instagram	31	53%
	TikTok	8	14%
37. ¿Con qué frecuencia te gustaría recibir información o	Semanal	21	31%
	Quincenal	23	34%
	Mensual	10	15%

novedades del spa de uñas?	Solo para eventos o promociones especiales	14	21%
38. ¿Estaría dispuesto a pagar por el servicio que más usa en sus uñas?	Tradicional (esmaltes sin lampara) \$35.000 a \$44.000 Manos y pies	30	44%
	semipermanente (esmaltes de secado con lámpara): \$45.000 a \$55.000 solo manos	18	26%
	Acrílicas (base con acrílico y secado en lampara): \$65.000 a \$75.000 solo manos	13	19%
	press on (uña postiza pegada con pegamento o presión): \$55.000 a \$65.000 solo manos	7	10%
39. ¿Qué tan importante es para ti el precio al elegir un servicio en un spa de uñas?	Muy importante	33	49%
	Importante	29	43%
	Poco importante	5	7%
	No es importante	1	1%
40. ¿Qué tipo de promociones preferirías recibir?	Descuentos directos	22	32%
	Combos de servicios a precio especial	35	51%
	Programas de fidelidad con beneficios acumulativos	11	16%
41. ¿Qué tipo de promoción te atrae más?	Descuentos en servicios individuales (ejemplo: 10% de descuento en manicure)	19	28%
	Promociones por paquete (ejemplo: manicure y pedicure a precio especial)	29	43%
	Programas de fidelidad (ejemplo: acumula puntos y obtén servicios gratis)	18	26%
	Sorteos o rifas con premios relacionados (ejemplo: un set de esmaltes premium)	2	2%
42. ¿Con qué frecuencia te gustaría que el spa ofrezca promociones?	Semanales	13	19%
	Quincenales	17	25%
	Mensuales	26	38%
	Fechas especiales (como aniversarios o días festivos)	12	18%
43. ¿Qué horario prefieres para recibir el servicio en el centro de spa de uñas?	Mañanas (8:00 a.m. - 12:00 p.m.)	13	19%
	Tardes (12:00 p.m. - 6:00 p.m.)	34	51%
	Noches (6:00 p.m. - 9:00 p.m.)	20	30%
44. ¿Qué tan importante es para ti que haya disponibilidad inmediata de productos o servicios?	Muy importante	24	35%
	Importante	37	54%
	Poco importante	7	10%
	No es importante	0	
45. ¿Qué tan importante es para ti la	Muy importante	37	54%
	Importante	29	43%

puntualidad en la atención?	Poco importante	2	2%
	No es importante	0	0%
46. ¿Qué características buscas en un servicio de arreglo de uñas? (Puedes elegir más de una opción)	Limpieza e higiene	48	28%
	Variedad de diseños	33	19%
	Uso de productos de alta calidad	39	23%
	Amabilidad del personal	39	23%
	Rapidez en el servicio	13	8%
47. ¿Con qué frecuencia visitas un salón de belleza para el arreglo de tus uñas?	Semanal	4	6%
	Quincenal	22	32%
	Mensual	32	47%
	Solo para ocasiones especiales	10	15%
48. ¿Qué cualidades valoras más en el personal que brinda el servicio? (Puedes elegir más de una opción)	Amabilidad y cortesía	46	34%
	Profesionalismo y experiencia	41	30%
	Paciencia y atención al detalle	35	26%
	Rapidez sin afectar la calidad	14	10%
49. ¿Qué tan importante es para ti la apariencia personal del personal (uniformes, limpieza, etc.)?	Muy importante	27	40%
	Importante	39	57%
	Poco importante	2	2%
	No es importante	0	0%
50. ¿Qué tecnologías te gustaría que implementáramos en el spa?	Reservas en línea a través de una página web o aplicación	25	37%
	Pagos electrónicos rápidos (Nequi, Daviplata, QR, etc.)	17	25%
	Pantallas interactivas con catálogos de diseños de uñas	22	32%
	Uso de dispositivos avanzados para tratamientos (como lámparas LED de última generación)	4	6%
51. ¿Te interesaría que usemos inteligencia artificial o sistemas digitales para personalizar tu experiencia (como recomendaciones de diseños o tratamientos)?	Sí, me parece interesante	49	72%
	No, prefiero la interacción directa con el personal	11	16%
	Depende de cómo se implemente	8	12%
52. ¿Qué tendencias tecnológicas te llaman más la atención?	Realidad aumentada para probar diseños de uñas antes del servicio	32	47%
	Seguimiento digital de citas y servicios anteriores	24	35%
	Uso de dispositivos inteligentes para cuidado de uñas en casa	18	18%

Análisis demográfico

En el siguiente análisis se va a realizar un descripción de los principales hallazgos encontrados en la investigación realizado bajo una encuesta en línea.

La mayoría de los encuestados tiene entre 26 y 35 años (38%), seguido de los que tiene entre 18 y 25 años (19%). El género femenino es el más representado con un (80%), mientras que el masculino por un (19%). La mayoría de los encuestados son empleados (52%), seguido de los estudiantes (30%) y profesionales independientes del (175%)

Análisis de ingresos y nivel educativo

La mayoría cuenta con unos ingresos en los niveles de \$1.000.00 a \$3.000.000 millones (60%). El nivel de educación son jóvenes estudiantes (45%) seguido de los técnicos o tecnólogos (26%) y los de educación profesional con un (29%).

Análisis geográfico

La mayoría de los encuetados están ubicados en Piedecuesta con un (99%).

ubicación y conocimiento de otros centros de spa

los encuestados en su mayoría trabaja en Piedecuesta (75%) y vive en barrios de Piedecuesta (99%). El 80% de los encuestados conocen algún cetro de spa, lo que sugiere que hay conciencia y un interés en estos servicios.

Experiencia previa en centro de spa de uñas

El 84% de la población de encuestados ha visitado otros centros de spa de uñas en el pasado, lo que quiere decir que hay una demanda y una experiencia previa en estos servicios. Los aspectos que más impresionaron a los encuestados en sus experiencias previas fueron la limpieza y organización (34%), ambiente relajante (30%) y la comodidad y diseño del mobiliario (26%)

Cualidades del personal y servicios destacados

Las cualidades más destacadas del personal fueron profesionalismo y experiencia (39%), la amabilidad y trato cordial (34%) y la capacidad para entender necesidades del (27%). El 80% menciona que la calidad, experiencia y personal fueron los servicios o detalles que los sorprendió y los hicieron volver a los establecimientos.

Servicios o detalles que no gustaron

El 75% menciona que la falta de ventilación, la demora la limpieza y los servicios fueron los aspectos que no les gustaron y les hicieron no volver.

Medios de pago

El 33% de las personas encuestados prefiere pagar en efectivo, mientras que el 25% prefiere pagos digitales (como Nequi, Daviplata y otros). De las personas que hacen pagos digitales escoge pagar por la aplicación de pagos Nequi con un 93%.

Importancia de la facilidad y la rapidez al pagar

El 52% de los encuestados considera que la facilidad y rapidez al pagar son muy importantes, mientras que el 45% considera que son importante estas características.

Diseño o estilos preferidos en esmaltes o decoración de uñas

La mayoría de los encuestados (50%) prefiere colores clásicos y neutros, mientras que 25% prefiere brillos y efectos especiales.

Importancia de la marca de los productos

El 46% considera que la marca de los productos es muy importante, mientras que el 37% considera que es importante pero no decisivo la marca de los productos.

Productos que les gustaría estuvieran disponibles en el spa

Un 47% de los encuestados desea que haya disponibilidad de cremas hidratantes para manos y pies, mientras que el 30% desea aceites esenciales o aromaterapia.

Servicios adicionales

El 53% está interesado en masajes de manos y pies como un servicio adicional, la exfoliación es otro de los servicios adicionales que les interesa a los encuestados con un 25%.

Paquetes personalizados

El 66% estaría interesado en paquetes personalizados que combinen diferentes servicios. Solo el 10% prefiere servicios individuales.

Kit de regalos

Un 79% de los encuestados considera lo kits de regalo serian una buena opción. Solo el 9% no está interesado en los kits de regalo.

Eventos exclusivos

El 79% de la población de encuestados etaria interesado en participar en eventos exclusivos del spa. La mayoría de los encuestados prefiere como evento especial las fechas de los cumpleaños (62%).

Productos o servicios adicionales

El 60% de los encuestados sugiere agregar servicios relacionados con la piel del rostro.

Comodidad y ambiente

La comodidad de las sillas y muebles es muy importante para el 57% de los encuestados. El ambiente relajante y silencioso es preferido por el 31% de los encuestados, mientras que el 53% prefiere un ambiente con música de fondo suave.

Diseño y ubicación

El diseño clásico y elegante de las uñas es preferido por el 54% de los encuetados. La zona comercial es la ubicación preferida por el 41% de los encuestados

Limpieza y recepción

La percepción de la limpieza es muy importante para el 71% de los encuestados.

Ubicación y transporte

La mayoría de los encuestados (88%) considera que la ubicación del spa cerca de los medios de transporte es importante o muy importante. El 91% de los encuestados prefiere un spa con facilidad de parque para moto o carro.

Distancia y preferencia de medios de comunicación de spa de uñas

El 75% está dispuesto a viajar 10 y 20 minutos para visitar un spa de uñas. El 55 % prefiere enterarse de promociones y servicios a través de redes sociales.

Redes sociales

El 53% utiliza Instagram con mayor frecuencia, seguido de Facebook (34%) y tiktok (14%). La mayoría de los encuestados (65%) prefiere recibir información o novedades del spa de uñas semanal o quincenalmente.

Precio y promociones

El 92% considera que el precio es importante o muy importante al elegir un servicio en un spa de uñas. El 51% de los encuestados prefiere combos de servicios a precio especial, seguido de descuentos directos (32%) y programas de fidelidad con servicios acumulativos (16%)

Precio de servicios

La mayoría de los encuestados (44%) está dispuesto a pagar entre \$35.000 y \$44.000 por un servicio de esmalte tradicional en manos y pies.

Promociones y descuentos

Un 43% de los encuestados prefiere promociones en paquete, seguido de descuentos en servicios individuales (28%) y programas de fidelidad (26%).

Frecuencia de promociones

La mayoría de los encuestados (38%) prefiere que el spa ofrezca promociones mensuales, seguido de fechas especiales (18%).

Horario preferido

El 51% de los encuestados prefiere recibir el servicio en el centro de spa de uñas en la tarde (12:00m – 6:00 pm.), seguido de noche (30%) y en la mañana (19%),

Importancia de la disponibilidad y puntualidad

El 89% considera que la disponibilidad inmediata del servicio es importante o muy importante. La mayoría de encuestados (97%) considera que la puntualidad en la atención es importante o muy importante.

Frecuencia de visitas

El 28% de los encuestados (47%) visita spa de uñas manualmente, seguido de quincenalmente (15%) y semanalmente (6%).

Cualidad del personal

El 34% de los encuestados valora la amabilidad y cortesía del personal, con continuidad de profesionalismo y experiencia (30%), paciencia y atención al detalle (26%) y rapidez sin afectar la calidad (10%)

2.1.2 Identificación del cliente

Perfil demográfico

Edad: entre 26 a 45 años

Género femenino: (80%)

Ubicación: residentes de Piedecuesta y alrededores

Características psicológicas

Valoriza la comodidad, la limpieza y la relajación, busca servicios de alta calidad y personalizado.

La importancia de la apariencia personal y la moda es activa en redes sociales y utiliza plataformas digitales para la reserva y pagos.

Comportamiento de compra

Visita spas de uñas con frecuencia mensuales a quincenales, está dispuesto a pagar entre \$35.000 a \$75.000 por servicios de uñas, busca promociones y descuentos especiales en paquete de servicios y valora la recomendación de amigos y familia.

Tecnología y medios de comunicación

Utiliza Instagram y Facebook para seguir al spa de uñas y recibir promociones, prefiere reservas en línea y pagos electrónicos rápidos. Está interesado en la realidad aumentada y la personalización de servicios a través de inteligencia artificial.

2.1.3 Buyer person (Basándose en la segmentación)

El mapa de empatía es una herramienta fundamental en el diseño de experiencias de usuario. El objetivo de esta es profundizar en la comprensión de las necesidades, deseos y sentimientos del cliente, permitiendo que satisfaga sus expectativas y necesidades de manera efectiva en la figura #1 se ilustra una persona de 25 años la cual está dentro de la segmentación estudiada, la cual respondió las preguntas claves para detectar ese cliente ideal para Encanto Nails.

Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario

Diseñador por: Yesica Torres

Diseñador para: Investigación de mercado para Encanto Nails

Fecha: 29-03-2024

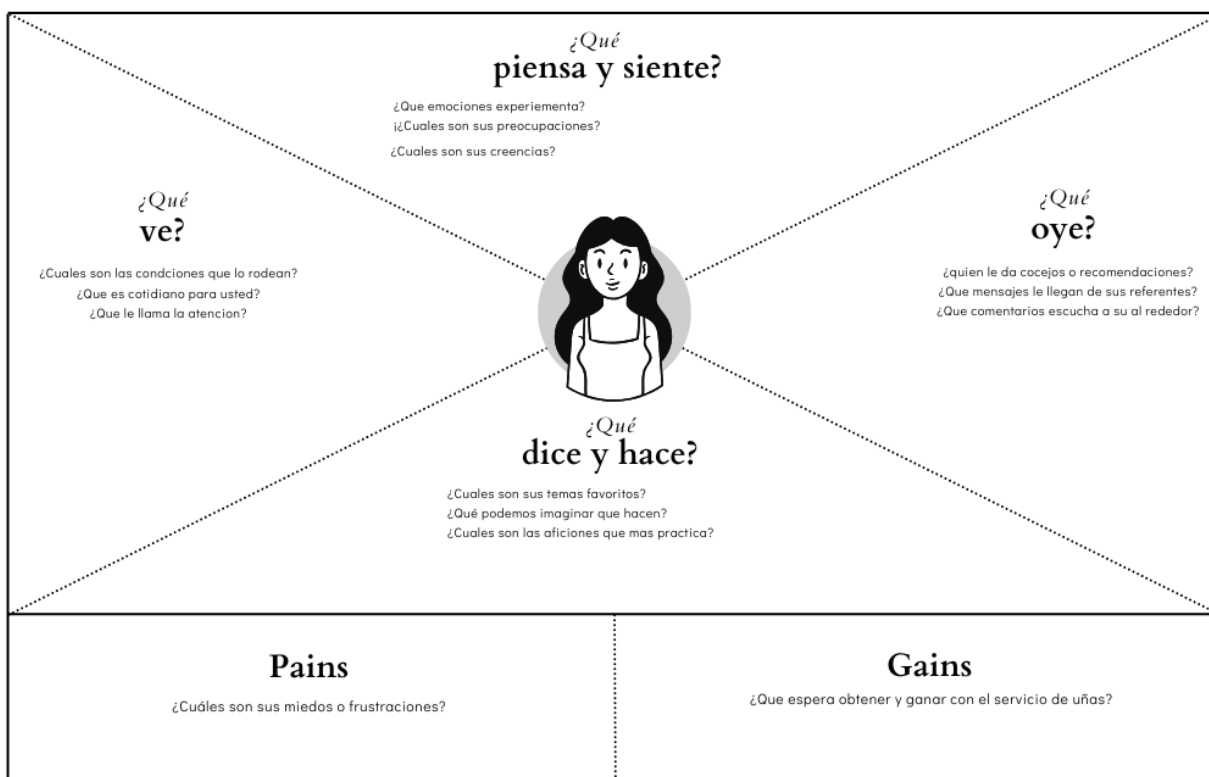


Figura 1 Mapa de empatía para Encanto Nails

Nombre: Isabel Jaime Rodríguez.

Edad: 25 años

Género: femenino

Ocupación: estudiante y trabajadora

¿Qué piensa y siente el cliente?

Pensamiento: quiero sentirme bien y relajada, me gustaría tener uñas bonitas y saludables. No tengo mucho tiempo para mí.

Sentimiento: estresada y ansiosa, insatisfacción con su apariencia, desea relajarse y sentirse bien.

¿Qué ve el cliente?

Entorno: un spa limpio y acogedor, un equipo de técnicos de uñas profesional, capacitado y amable, con una variedad de servicios para elegir.

Influencia: amigos y familiares que recomienda el spa, publicidad en redes sociales y medios de comunicación.

¿Qué dice y hace el cliente?

Verbal: le gustaría reservar citas para manicura, se pregunta ¿qué servicios ofrecen y cuánto cuesta?

No verbal: se siente relajada y satisfecha después de recibir el servicio, comparte la experiencia positiva con amigos y familiares.

¿Qué escucha el cliente?

Comentarios: este spa es el mejor que he visitado, los profesionales son amables y capacitados

Recomendaciones: amigos y familiares que recomiendan el spa, reseñas positivas en línea.

¿Qué le duele al cliente?

Dolor: No tener tiempo para ella misma, sentirse estresada y ansiosa, no tener uñas bonitas y saludables.

¿Qué gana el cliente?

Beneficios: sentirse relajada y satisfecha, llegar a tener unas uñas bonitas y bien cuidadas, disfrutar del ambiente tranquilo y acogedor.

2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor

La necesidad de mejorar la calidad del servicio, mejorando la habilidad y experiencia de los técnicos de uñas que lleguen a trabajar en el salón. Como a su vez aumentar la satisfacción del cliente, proporcionando un servicio personalizado y de alta calidad que se adapte a las necesidades y preferencias individuales de los clientes.

2.2 Análisis de competencia

A continuación, se realizará la matriz del perfil competitivo con dos centros de spa de uñas más concurridos en Piedecuesta (Vitro y Armonía spa de uñas) tabla #5, donde se calificará ubicación de los centros de spa, el portafolio que cubre cada uno, los precios que manejan para cada servicio y la fuerza de venta que representa la cantidad de personal técnico que tiene cada centro.

Tabla 5 MPC para Encanto Nails

FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	ENCANTO NAILS		VITRO		ARMONIA SPA DE UÑAS	
		Calificación (C) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (P*C)
Ubicación comercial	0,4	3	1,2	4	1,6	3	1,2
Portafolio	0,3	3	0,9	4	1,2	3	0,9
Precio de los servicios	0,2	3	0,6	2	0,4	3	0,6
Fuerza de venta	0,1	2	0,2	4	0,4	3	0,3
	1,00		2,90		3,60		3,00

Encanto Nails

Tiene una ubicación comercial decente, pero no es la mejor, esto podría afectar la visibilidad y el acceso para los clientes. El portafolio es sólido, pero no es el más completo, esto podría limitar la opciones para los clientes. El precio de venta es competitivo, pero no son los más bajos, esto llegaría a afectar la decisión de los clientes de elegir el spa. La fuerza de venta es decente, pero no es la más fuerte, lo que podría afectar la capacidad para atender y retener clientes.

Vitro

Tiene una ubicación comercial excelente lo que puede atraer más clientes. El portafolio es completo y variado, lo que puede satisfacer las necesidades de los clientes. El precio de venta es un poco alto, lo que llegaría afectar la decisión de los clientes de elegir este spa. La fuerza de venta es excelente, esto podría atraer más clientela.

Armonía spa

Con una ubicación comercial decente, pero no la mejor. El portafolio es sólido, pero no el más completo. Precio de venta, los precios son competitivos, pero no los más bajos. Fuerza de venta es decente, pero no es la más fuerte.

En resumen, Vitro es el líder en términos de ubicación comercial, portafolio y fuerza de venta, pero tiene precios un poco altos. Encanto Nails tiene una ubicación comercial decente, un portafolio sólido y precios competitivos, pero una fuerza de venta no tan decente. Armonía spa tiene ubicación comercial decente, un portafolio sólido y precios competitivos, pero una fuerza de venta baja.

2.3 Marketing Mix

A continuación, se presenta en la tabla #6, las estrategias de mercado para el centro de spa de uñas Encanto Nails

Tabla 6 Estrategias de Mercado

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN
PRODUCTO	Los servicios ofrecidos serán denominados Técnica tradicional técnica semipermanente técnica acrílicas Técnica Press on
PRECIO	Técnica tradicional un precio de \$44.000 Técnica semipermanente un precio de \$45.000 Técnica acrílicas un precio de \$75.000 Técnica press on un precio de \$65.000
PLAZA	Se buscará un local Municipio de Piedecuesta en una parte de gran afluencia de personas y zona comercial cerca al parque principal y con acceso a parqueadero más exactamente en la diagonal 6 con carrera 7 más adelante del conocido parque temático. Horario de

	Lunes a sábado de 8:00am a 8:00pm Domingo 9:00am a 12:00
PROMOCION	Promociones del 5% de descuento para las clientas frecuentes Un 2*1 en fechas especiales Alianza con otros emprendedores para hacer promociones en combos: como accesorios, peluquerías, cejas y pestañas. Participación en eventos de la alcaldía de Piedecuesta y el área Metropolitana de Bucaramanga.

También se ubica una figura #2 a continuación para dar a conocer la ubicación del centro del spa de uñas.



Figura 2 Imagen de posible ubicación del centro de spa la marcada en un recuadro. Dirección diagonal 6 con carrera 7 en los locales comerciales del conjunto residencial Navarra

Real.

2.4 Tendencias del mercado

Las tendencias de mercado en el sector de cosméticos en Colombia son muy prometedoras.

Según un informe de mercado, el sector de cosméticos en Colombia alcanzó un valor de USD 360,88

millones en 2024 y se estima que crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 4,7% entre 2025 y 2034 (Euromonitor International, 2024)

Las tendencias claves que se están observando en el mercado incluyen la mayor demanda de productos naturales u orgánicos, el crecimiento del mercado de cosméticos para hombres, el aumento de la popularidad de las compras por línea y la mayor competencia en el mercado.

Mayor demanda de productos naturales y orgánicos: los consumidores colombianos están cada vez más interesados en productos que sean naturales y orgánicos, lo que está impulsando la demanda de productos cosméticos que cumplan con estos criterios. (Allied Market Research, 2024)

Crecimiento del mercado de cosméticos para hombres: el mercado de cosméticos para hombres está creciendo rápidamente en Colombia, ya que los hombres están cada vez más interesados en cuidar su apariencia y bienestar. (Infobae, 2024)

Mayor competencia en el mercado: el mercado de cosméticos en Colombia es muy competitivo, con muchas marcas y productos disponibles. Esto está obligando a las empresas a innovar y diferenciarse para atraer a los consumidores (informe de expertos, 2024).

CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación

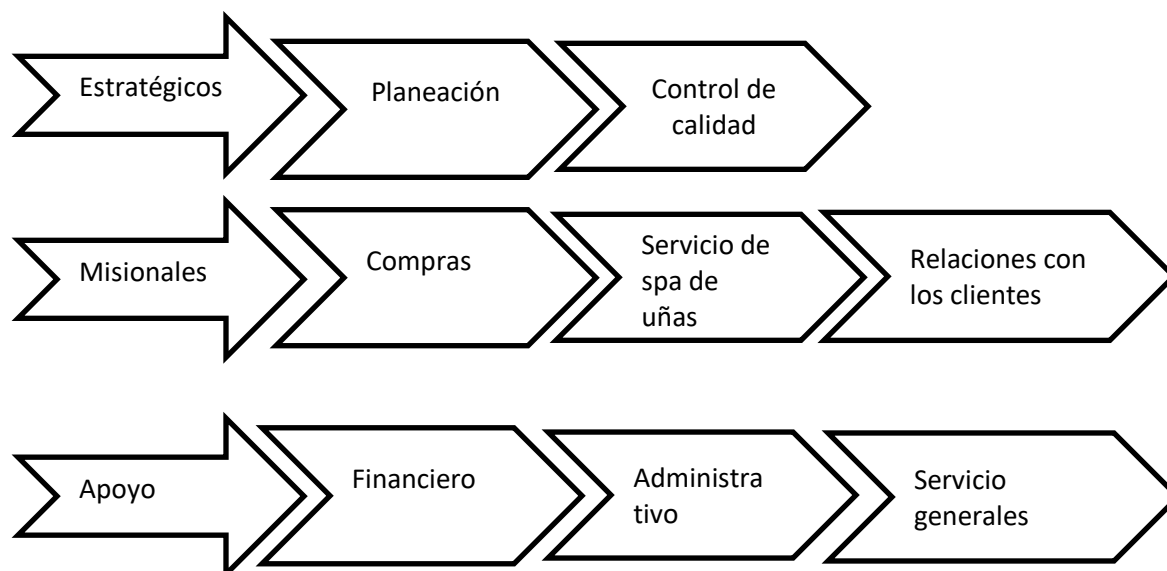
3 Modulo Técnico u operación

3.1 Descripción del Proceso

A continuación, en figura #3 se presenta el mapa de procesos el cual tiene los procesos descritos cada uno de ellos para Encanto Nails. En el esfuerzo de mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios, se realiza una identificación de la necesidades, mapear y optimizar los procesos, buscando visualizar y comprender los flujos de trabajo y las interacciones entre los diferentes departamentos y equipo.

Mapa de procesos

Figura 3 Mapa de Procesos



En la tabla #7 se identificará el objetivo de identificar oportunidades para mejorar la productividad, reducir costos y mejorar la satisfacción de los clientes. Al mapear los procesos se puede identificar y eliminar actividades innecesarias, mejora continua y colaboración entre equipos, reducir tiempos de espera y mejorar eficiencia, mejorar la calidad de los servicios e identificar oportunidades para innovar y mejorar los procesos.

Tabla 7 Definición de procesos para spa de uñas

NIVEL	PROCESOS	OBJETIVO
ESTRATEGICOS	PLANEACION	Definir la cantidad de clientes que se pueden llegar atender en el día. Va a dar ideas de mejora para el día a día.
	CONTROL DE CALIDAD	Revisar los productos para las diferentes técnicas, que se encuentren en buen estado y en las fechas de vencimiento al día. Realizará un control con planillas en Excel, donde se identificará por color las fechas próximas a vencer.
MISONALES	COMPRAS	Contacto con los diferentes proveedores, realizara cotizaciones, si hay descuentos como a su vez los analizara y evaluará bajo la norma ISO 9001(ISO 9001:2015 (Traducción Oficial), 2015) establecido en el punto 8.4 para los controles de calidad.
	SERVICIO DE SPA DE UÑAS	Prestará el servicio en las diferentes técnicas que se ofrecerán.

	RELACION CON LOS CLIENTES	Desarrollar las mejores relaciones con los clientes por medio de eventos, citas, llamadas o redes.
APOYO	FINANCIERO	Acarreara las cuentas de ingreso y egreso. Balances e informes
	ADMINISTRATIVO	Manejara una agenda, base de datos y relación con los clientes.
	SERVICIO GENERALES	Mantener un lugar limpio, desinfectado, con aroma agradable, además de ofrecer bebidas a la clientela y personal

3.1.1 Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)

3.1.2 Ficha Técnica del Producto o Servicio

Cada ficha técnica en la tabla #8 la ficha técnica para el servicio de técnica acrílicas, en la tabla #9 la ficha técnica para el servicio de la técnica semipermanente, el tabla #10 la ficha técnica para el servicio de la técnica Press on, en la tabla #11 la ficha técnica para el servicio de la técnica tradicional, incluye información detallada sobre los servicios, incluyendo los materiales y herramientas utilizadas, el tiempo de aplicación, los beneficios y resultados esperados, las recomendaciones para el cuidado y mantenimiento, el objetivo es brindar una experiencia de servicio excepcional.

Tabla 8 Ficha técnica del servicio uñas acrílicas

Ficha técnica del servicio	
Nombre del servicio	Uñas acrílicas
Cantidad	1 servicio en manos
Duración	Según el cuidado de la persona, pero se estima de 20 a 25 días
Descripción del servicio	Esté es un servicio, donde se maneja monómeros y acrílicos para la extensión de uñas con cintas para brindar un soporte y largor ideal, bajo un secado de lámparas led, los esmaltes usados son lo para este tipo de material y se realizan diferentes diseños con pinceles como también figuras en 3D.
variedades	Puede variar la extensión de la uñas y la técnica que se use para alargarlas, como también su decoración.
Orientación para el cuidado del servicio	Procurar no usarlas para abrir cosas fuertes, donde se vena involucrada las uñas
Precio	\$75.000

Tabla 9 Ficha técnica uñas semipermanentes

Ficha técnica de servicio	
Nombre del servicio	Semipermanentes

Cantidad	1 servicio en manos
Duración	Aproximadamente de 20 a 25 días
Descripción del servicio	Esta es una técnica con esmaltes especiales bajo un secado bajo lámpara led, se usan pinceles para su decoración como también pedrería.
Variedad	Según el tipo de decoración
Orientación para el cuidado del servicio	Si son largas tener cuidado no rozarlas con superficies fuertes.
Precio	\$45.000

Tabla 10 Ficha técnica uñas press on

Ficha técnica de servicio	
Nombre del servicio	Press on
Cantidad	1 servicio en manos
Duración	Aproximadamente de 15 a 20 días
Descripción del servicio	Se usan laminas transparentes en forma de uñas las cuales se adaptan al contorno y largor deseado del cliente. Se seca bajo lampara led y se usan esmaltes espaciales para esta técnica.
Variedad	Según la decoración y el largor de la uña
Orientación para el cuidado del servicio	Cuidado al roce con superficies y líquidos que puedan afectar el pegamento.
Precio	\$ 65.000

Tabla 11 Ficha técnica uñas tradicionales

Ficha técnica de servicio	
Nombre del servicio	Tradicionales
Cantidad	1 servicio de manos o pies
Duración	8 días aproximadamente en manos en pies puede durar 15 días máximo.
Descripción del servicio	Se realiza una debida limpieza en manos y pies, aplicación de aceites regeneradores de cutículas y espátulas para remover callosidades. Los esmaltes son tradicionales con secado al aire libre. Los diseños pueden ser un poco más sencillo por lo complejo de la espera del secado del esmalte.
Variedad	Sin variedad
Orientación para el cuidado del servicio	Esperar el tiempo pertinente antes de usar las manos o colocar zapatos cerrados para no afectar el esmalte.
Precio	\$22.000 individual \$44.000 manos y pies

3.1.3 Diagrama de flujo de producción o del servicio

Se realizó un diagrama de journey map tabla #12, con el proceso de servicio al cliente se considera que es el más apropiado para evaluar el servicio que se vaya a ofrecer y con base a esto, como se espera sea atendido el cliente y él pueda dar una referencia favorable del lugar.

Tabla 12 Diagrama journey map

Atención del usuario	Antes		Durante		Después
	Recepción	Llego al centro de spa	Destalles de spa	Atención por el personal	Calidad del servicio
Puntos de contacto	Llamada o mensaje	recepción	Sala de espera y zona se trabajó, luz, decoración	Valoración por el técnico de uñas sugerencia por él y escoger técnica y diseño	recepción
Que está pensando el cliente	Realiza una llamada o mensaje vía WhatsApp para apartar la cita, se contestó en el menor tiempo posible y de la manera más clara y amable, diciendo la técnica que ya quiere hacerse	La atención fue la indicada, amable, respetuosa y afectiva.	Al llegar vio un centro con buena ventilación, una sala de espera moderna, pero con un ambiente tranquilo se le ofrecieron bebida, y algún masaje antes de comenzar el servicio.	El cliente pasa con el técnico, el mira el estado de sus uñas pregunta por el servicio que va a requerir y le dará la opinión de lo que quiere y si se tendrá encuneta o el cliente viene decidido a la técnica que trae en mente.	Dos días después la persona de recepción ara un seguimiento del estado de las uñas y como se sintió el cliente con la atención en el establecimiento.

Puntos fuertes: atención rápida y amable un ambiente agradable, una atención personalizada y seguimiento a los clientes después del servicio.

Puntos de mejora: incrementar la interacción en redes sociales, se debe considerar compartir fotos de los servicios realizados y pedir retroalimentación a los clientes en redes sociales para aumentar la visualización y la interacción. Ofrecer paquetes y promociones. Se debe considerar ofrecer paquete de promociones especiales para atraer nuevos clientes y retener existentes.

3.1.4 Recursos necesarios para operación óptima

En el organigrama figura 5 se encuentra la ubicación del recurso humano necesario para iniciar Encanto Nails.

Recurso humano: Técnico de uñas, Asistente admirativo, Gerente, Recepcionista y Contador

Recurso físico:

Local comercial: un local aproximado amplio donde pueda distribuir las zonas de atención como la sala de espera

Equipo de uñas: sillas de uñas, mesa de trabajo, lámparas led, equipo de esterilización,

Muebles y decoración: mueble y decoración para crear un ambiente acogedor y relajante.

Sistema de iluminación: un sistema de iluminación adecuado para el salón

Recursos tecnológicos:

Sistema de gestión: un sistema de gestión para manejar las citas y las comunicaciones.

Teléfonos y computador: para manejar el control de los datos, citas y comunicaciones.

Sistema de seguridad: un sistema de seguridad para proteger el salón y los empleados.

Recursos financieros:

Inversión inicial: una inversión inicial de aproximadamente \$12.000.0000 millones para cubrir los costos de establecimiento del salón.

Presupuesto mensual: un presupuesto mensual de alrededor de \$5.986.294 tabla 34, para cubrir los costos de operación del salón

Recursos de mercadotecnia:

Publicidad en redes sociales: publicidad en redes sociales para promocionar el salón y sus servicios.

Folletos y tarjetas de presentación: folletos y tarjetas de presentación para la promoción del salón y sus servicios.

Promoción y descuentos: para atraer nuevos clientes y retener a los que lleguen al establecimiento.

Aviso del establecimiento: el letrero con el nombre del local que será en acrílico posiblemente con iluminación.

3.2 Diseño de planta

Distribución de espacio

A continuación, se ilustra en la figura #4, una idea de cómo se espera quede el centro de spa de uñas para Encanto Nail, con las medidas de 12 metros de fondo y 6 metros de ancho para así darle una buena distribución a cada área.

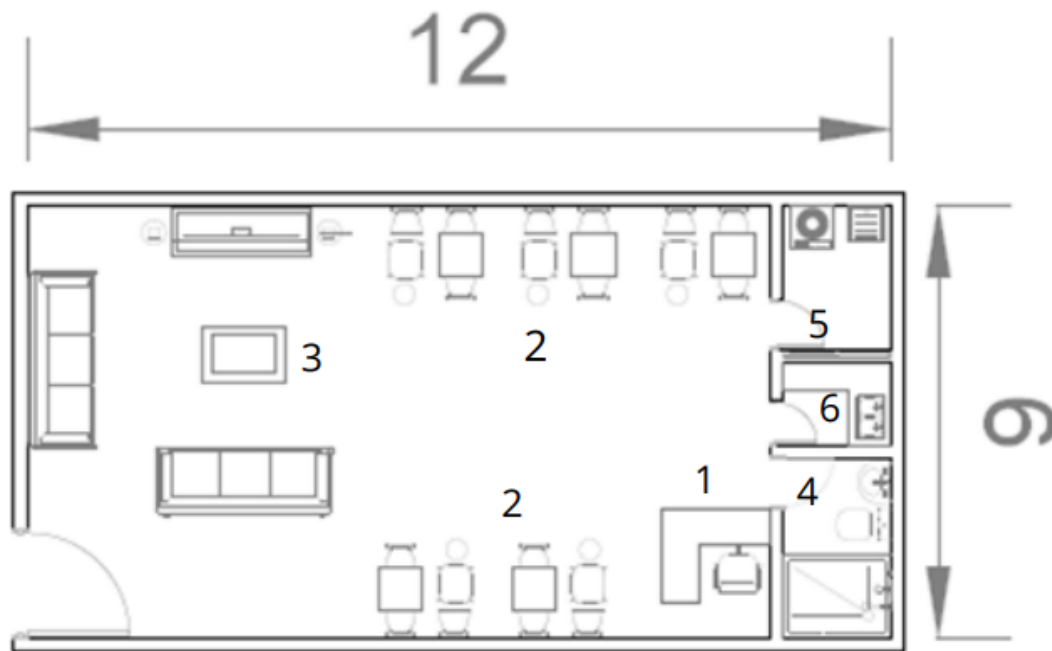


Figura 4 Diseño de espacios para Encanto Nails

Zona de recepción (1): un área acogedora para recibir los clientes, con una mesa de recepción y sillas para la sala de espera

Zona de trabajo (2): un área amplia para los técnicos de uñas, con mesas de trabajo y sillas para los clientes. En la imagen se ve cinco mesas de trabajo esto se proyecta para un futuro, pero por inicio se contará con la colaboración de una sola persona técnica de uñas. Adicional también se tiene en cuenta para los días que son de fiesta como el de la madre o mujer que puede ser de días con más afluencia se podría contratar una persona de más para la colaboración y cumplir con las expectativas.

Sala de espera (3): un área tranquila para los clientes se relaje mientras esperan, con sillas cómodas y televisión.

Baño (4): se dispondrá de un baño mixto para el servicio de clientes y personal de trabajo.

Zona de desinfección (5): este será el lugar donde se llevarán las herramientas de trabajo para su debida desinfección como a su vez será el lugar de almacenamiento de los productos de desinfección tanto para las herramientas como el establecimiento.

Alacena (6): será el lugar donde se guardarán las bebidas o la preparación de café para el buen servicio a la clientela.

Diseño de interior:

Colores: unos colores tranquilos y acogedores, tonos rosa claro, blanco con toques dorados.

Iluminación: una iluminación suave y de cálida, con lámparas de techo y mesas de trabajo.

Muebles: muebles modernos y cómodos, con mezcla de materiales como madera, metal y vidrio.

Decoración: decoración minimalista y elegante, con elementos como plantas, cuadros y esculturas.

Equipamiento y mobiliario:

Mesas de trabajo: mesas de trabajo amplias y cómodas, con lámparas de uñas y equipo de esterilización.

Sillas de uñas: sillas cómodas y ajustables, con apoyo para la espalda y los pies.

Equipo de uñas: equipos de uñas de alta calidad, incluyendo las lámparas de uñas, equipo de esterilización y herramientas de manicura.

Televisión y sonido: Una televisión y un sistema de sonido para crear un ambiente relajante.

3.3 Propuesta de Valor

En Encanto Nails nos ofreceremos a brindar una experiencia personalizada y relajante, donde cada cliente se sienta valorado y atendido con dedicación. Nuestro objetivo es hacer que se sientan en casa, mientras nuestros profesionales le ofrecen tratamientos de alta calidad y diseños innovadores. Se contará con aparatos de tecnología recomendados para los majes, como también sales minerales de calidad, con una atención estratégica para cada una de las edades desde niños hasta adultos.

3.4 Validación de la idea

Con el objetivo de validar la efectividad y funcionalidad del spa de uñas. Se diseña una encuesta para recopilar opiniones y sugerencias de potenciales clientes. Se seleccionan tres personas del público objetivo de diferentes edades y genero para que participen en la encuesta, a quienes se les enseñara el plano y la distribución del spa, se les pedirá que evalúen la disposición de los espacios, la iluminación, la decoración y la accesibilidad, y que puedan proporcionar sus comentarios y sugerencias para mejorar la experiencia del cliente.

3.5 Prueba piloto

Los resultados de esta encuesta permitirán refinar nuestros diseños y asegurarnos de que el spa de uñas sea un espacio acogedor y funcionalidad que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

3.5.1 Testeo y Feedback

A continuación, se presenta la tabla #13, con los resultados o respuestas de las tres personas encintadas que fueron dos mujeres y un hombre en las edad de 26 a 35 años. La cual se centró en la distribución, iluminación y decoración del spa de uñas. Estos resultados permiten identificar áreas de mejora y hacer ajustes necesarios para crear un ambiente acogedor y relajante para nuestros clientes.

Tabla 13 Testeo y Feedback

Pregunta	Respuesta
¿Te parece atractiva y acogedora la distribución del spa de uñas que se te muestra?	Las tres personas consideran una buena distribución de espacio
¿Consideras que el espacio está bien organizado y es fácil para caminar?	Es amplio y cómodo para poder caminar
¿Te gustaría ver algún cambio o mejora en la decoración o iluminación del spa?	Consideran que la iluminación es adecuada y agradable junto con la decoración.
¿Crees que el spa de uñas tiene suficiente privacidad y comodidad para los clientes?	Dicen que si tiene la suficiente privacidad y se ve cómoda la sala de espera.

¿Te sentirías cómodo/a recomendando este spa de uñas a amigos o familiares?	Las tres personas si consideran la opción de recomendar el spa de uñas.
------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

Los resultados del testeo revelan que las personas que participaron en el estudio ven con buenos ojos la distribución, iluminación y decoración del spa de uñas. En general los participantes no sugirieron cambios significativos en el diseño y la disposición del espacio. Un aspecto destacado es que el 100% de los participantes manifiestan que recomendarían el lugar a sus amigos y familiares, esto sugiere que los aspectos que se querían evaluar logran un ambiente acogedor y relajante que genera confianza y satisfacción en los clientes. Esto permite confirmar que está por el camino correcto y que se puede seguir con la implementación del concepto de Encanto Nails.

CAPÍTULO IV Modulo Organizacional

4 Estructura Organizacional

4.1 Misión y Visión

Misión

En Encanto Nails nos comprometemos a brindar una experiencia única y personalizada de cuidado y belleza para manos y pies. Con el objetivo de hacer que nuestros clientes se sientan relajados, seguros y encantados con su apariencia.

Visión

Encanto Nails quiere ser el spa de uñas más reconocido y preferido en el municipio de Piedecuesta, conocido por la experiencia en servicios, calidad e innovación, queremos llegar a ser el destino preferido de los Piedecuestanos y para aquellos que buscan una experiencia de belleza y relajación excepcional.

4.2 Valores corporativos

- **Atención personalizada:** nos tomamos el tiempo para atender sus necesidades y preferencia.
- **Ambiente acogedor:** la sala de espera y área de servicio estarán diseñadas para relajarse y que se sientan cómodos.
- **Calidad e innovación:** utilizaremos los productos de alta calidad y técnicas de avanzadas para asegurar resultados excepcionales.
- **Comunicación abierta:** se mantendrá una comunicación clara y transparente durante el proceso del servicio.

4.3 Objetivos estratégicos

Con el fin de establecer una posición sólida en el mercado y lograr un crecimiento sostenible, se han definido los siguientes objetivos estratégicos en la tabla #14, para el establecimiento de cuidado y embellecimiento de las uñas el municipio de Piedecuesta. Estos objetivos están diseñados para aprovechar las oportunidades del mercado, fortalecer las posición competitiva y satisfacer las necesidades y expectativas de los linta.

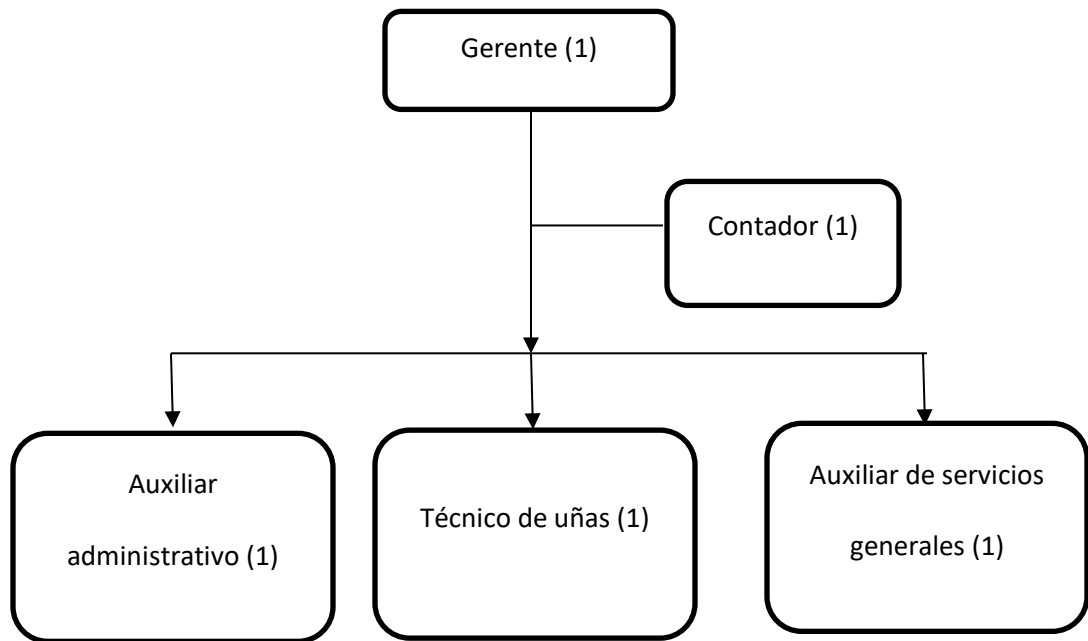
Tabla 14 Objetivos estratégicos para spa de uñas

PERSPECTIVA	OBJETIVO
SOCIAL	Vincular a 1 madre cabezas de familia como técnico de uñas y un auxiliar administrativo y una de servicios generales, en el primer año de operación. Participar en 4 eventos de apoyo a la comunidad con el servicio de spa de uñas alcanzando una cobertura de 40 personas en el año como servicio a la comunidad. Para el centro esperamos cumplir con un total de 1.519 servicios vendidos en el primer año de operación y lograr una fidelización de personas que visiten el centro con una regularidad de 2 a 3 veces en el año de operación.
FINANCIERO	Lograr un total de ventas de \$75.000.000 millones por servicio de spa de uñas en el primer

	año de operación, con una VAN por encima de los \$5.000.000 para que sea un inicio de año sin pérdidas. Con porcentaje de la TIR del 10% en el primer año de operaciones.
CLIENTE	Lograr un nivel de satisfacción del cliente de un 90% en los instrumentos de medios aplicados en los cuatro trimestres del año de operación. Alcanzar un total de clientes de 500 personas que usen al menos una vez el servicio de spa de uñas al finalizar el primer año de operación
PROCESOS	Documentar los procesos misionales, el 100% con una ficha de caracterización requisito 4.4 de norma ISO (ISO 9001:2015 (Traducción Oficial), 2015) (documentar los procesos de compras, proceso de servicio y proceso de relación con los clientes), requeridos en el primer año de operación.
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	Automatizar el agendamiento de citas mediante plataforma digital para mejorar el servicio y optimizar los recursos en el primer año de operación. Capacitar al 80% el equipo de trabajo de técnico de uñas en uso de nuevas herramientas para la prestación de servicio y en capacitaciones en salud ocupacional.

4.4 Organigrama y Perfiles

La estructura organizativa es fundamental para el éxito de cualquier empresa. En este sentido en la figura #5, el establecimiento de uñas para el cuidado y embellecimiento, en el municipio de Piedecuesta ha diseñado un organigrama que refleja su estructura jerárquica y funcional, define las líneas de autoridad y responsabilidad para cada cargo y departamento.



4.4.1 Estructura orgánica

Gerente

Rol: responsable de la dirección y administración de la empresa

Responsabilidades: establece objetivos y estrategias para la empresa, supervisar y controlar las operaciones diarias, tomar decisiones financieras y de recursos humanos.

Auxiliar administrativo

Rol: responsable de la atención al cliente

Responsabilidades: atender a los clientes y estar pendiente de las necesidades del cliente

Técnico de uñas:

Rol: responsable de la realización de los servicios de uñas

Responsabilidades: realizar los servicios de uñas, atender a los clientes y satisfacer sus necesidades, mantener la limpieza y organizado su área de trabajo.

Contador:

Rol: responsable de administración financiera y la contabilidad

Responsabilidad: administrar las finanzas y la contabilidad de la empresa, supervisar y controlar los recursos.

Auxiliar de servicios generales:

Rol: la limpieza del establecimiento

Responsabilidad: mantener la limpieza y organización del salón, ayudar a los técnicos de uñas en lo que lo pueda requerir.

4.4.2 Perfiles

A continuación, se presentarán los perfiles en las tablas #15, #16, #17, #18 y #19 de los cargos que conformarán el equipo de trabajo, detallando responsabilidad, habilidades, y competencias requeridas para cada posición. En estos perfiles se permitirá identificar y seleccionar a los candidatos más adecuados para unirse al equipo y que contribuyan al éxito.

Tabla 15 Perfil del gerente

Manual de funciones- nivel directivo			
Nombre del cargo	Gerente	Cargo del jefe inmediato	NA
Proceso	Planeación	Personas a cargo	4
Objetivo del cargo	Liderar y motivar al equipo		
Funciones del cargo			
1. liderazgo y gestión del equipo de trabajo del spa de uñas para asegurar que todos estén trabajando hacia los objetivos del negocio			
2. Planificar y organizar las actividades del spa de uñas incluyendo la programación de citas, la gestión de inventarios y la supervisión de limpieza y el mantenimiento			
3. Atención al cliente he de asegurar que los clientes reciban un servicio de alta calidad y atención personalizada			
4. Gestión financiera gestionar los ingresos y gastos del spa de uñas, incluyendo la creación de presupuestos y la supervisión de los gastos			
Competencias requeridas			
1. Competencias técnicas: como en servicios de spa de uñas, gestión de inventarios, gestión financiera, marketing y publicidad			
2. Competencias de liderazgo: ser capaz de liderar y motivar el equipo, una comunicación afectiva, resolver conflictos y reclamaciones, ser capaz de tomar decisiones informadas y oportunas.			

Tabla 16 Perfil del contador

Manual de funciones- nivel directivo

Nombre del cargo	Contador	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Proceso	Financiero	Personas a cargo	0
Objetivo del cargo	Garantizar la exactitud y confiabilidad de la información financiera		
Funciones del cargo			
1. Preparar estados financieros mensuales, trimestrales y anuales			
2. Contabilizar ingresos y gastos			
3. Apoyar la planificación financiera del spa de uñas incluyendo la preparación de presupuestos y la identificación de áreas de mejora			
Competencias requeridas			
1. Competencias técnicas: conocimientos en contabilidad financiera y gerencia incluyendo preparación de estados financieros, conocimientos de impuestos y habilidad en análisis financieros			
2. Competencia personal: capacidad para actuar con integridad y ética, incluyendo la capacidad para mantener la confidencialidad y la privacidad de la información financiera del spa			
3. Aprendizaje continuo para aprender y mejorar continuamente.			

Tabla 17 Perfil de auxiliar administrativo

Manual de funciones- nivel directivo			
Nombre del cargo	Auxiliar administrativo	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Proceso	Relación con los clientes	Personas a cargo	0
Objetivo del cargo	Proporcionar apoyo administrativo, gestionar información y atención del cliente		
Funciones del cargo			
1. Registrar citas y reservas del cliente en el calendario del spa			
2. Gestionar las agendas de los trabajadores del spas incluyendo programación de turnos y la asignación de tareas			
3. Atender los clientes en la recepción del spa, responder a sus preguntas y resolver inquietudes que puedan tener			
4. Gestionar documentos y registro del spa incluyendo la organización y el archivo de documentos importantes			
Competencias requeridas			
1. Conocimientos en sistemas ofimáticos para la programación de citas, base de datos y registrar los ingresos y egresos			
2. Habilidad para el manejo de documentos para su debida organización y recuperación de archivos			

Tabla 18 Perfil del técnico de uñas

Manual de funciones- nivel directivo			
Nombre del cargo	Técnico de uñas	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Proceso	Servicio de spa de uñas	Personas a cargo	0

Objetivo del cargo	Proporcionar servicios de alta calidad
Funciones del cargo	
1.	Realizar servicio de manicura y pedicura de alta calidad incluyendo la aplicación de las diferentes técnicas
2.	Preparación y aplicar los productos de uñas
3.	Conseguir y mantener la higiene de su zona de trabajo
4.	Ofrecer consejos y recomendaciones a los clientes sobre el cuidado y mantenimiento de las uñas
Competencias requeridas	
1.	Conocimiento de las diferentes técnicas de uñas
2.	Habilidades en el manejo de las herramientas y equipo para la aplicación de las diferentes técnicas
3.	Conocimiento de productos de uñas
4.	Proactiva y anticipar necesidades y problemas, incluyendo la capacidad para identificar oportunidades para mejorar los procesos y procedimientos

Tabla 19 Perfil auxiliar de servicios generales

Manual de funciones- nivel directivo			
Nombre del cargo	Auxiliar de servicios generales	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Proceso	Servicios generales	Personas a cargo	0
Objetivo del cargo	Mantener la limpieza y la higiene del spa		
Funciones del cargo			
1.	Limpieza y desinfección del área y equipos de manera regular y según sea necesario		
2.	Mantenimiento de la organización y el orden en las áreas de trabajo y almacenamiento		
3.	Ayudar en la preparación de áreas para eventos		
4.	Ayudar en la organización y el almacenamiento de suministros		
Competencias requeridas			
1.	Conocimiento de limpieza y desinfección		
2.	Habilidades en el manejo de productos de limpieza		
3.	Trabajo en equipo capacidad para trabajar con otros empleados del spa		

4.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales

4.5.1 Forma legal de la empresa

Encanto Nails se registró bajo una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), una figura jurídica establecida mediante la ley 1258 de 2008. (Ley_1258_de_2008) Esta forma de constitución es muy utilizada en Colombia debido a su flexibilidad y ventajas para emprendedores y pequeñas empresas, se encuentran las siguientes características.

Responsabilidad limitada: los socios responden únicamente hasta el monto de su aporte al capital social, protegiendo su patrimonio personal.

Constitución por documento privado: las S.A.S pueden ser constituidas mediante documentos privados cuando el capital social no incluye aportes en especie o bienes inmuebles, lo que simplifica el proceso.

Flexibilidad estructural: los estatutos sociales pueden adaptarse a las necesidades del emprendimiento, permitiendo una estructura organizacional y de toma de decisiones personalizada.

Duración ilimitada: no requiere establecer plazo de duración para la empresa, lo que da estabilidad jurídica a largo plazo.

Capital social: no existe un monto mínimo de capital exigido por la ley, permitiendo que los Emprendedores inicien con un capital adecuado a su capacidad financiera.

4.5.2 Registro y constitución

La presente tabla #20 de registro y constitución de encanto Nails tiene como objetivo documentar y formalizar la creación y estructura de la empresa. A continuación, se detallan los datos fundamentales de empresa. Esta información es esencial para la transparencia y cumplimiento de las obligaciones legales y regulatorios que rigen la actividad empresarial.

Tabla 20 registro y constitución de la empresa

Documentos	Paso 1 Verificar que no se repita el nombre (Cámara de Comercio)	Paso 2 Registro mercantil	Paso 3 Solicitud del NIT (Número de identificación Tributaria)	Paso 4 Registro de establecimiento de comercio (Alcaldía de Piedecuesta)	Paso 5 Licencia de funcionamiento (Alcaldía de Piedecuesta)	Paso 6 Registro en la cámara de comercio
Formularios debidamente diligenciados para cada tramite		Formulario matrícula mercantil (Cámara de Comercio de Santander)	Formulario de solicitud de NIT (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales)	Formulario dado por la alcaldía de Piedecuesta	Formulario otorgado por la Alcaldía de Piedecuesta	Formulario en la página de la Cámara de Comercio de Santander)

Fotocopia del documento de identidad del representante legal		x	x	x	x	x
Copia del acta constitución de la empresa		x	x	x	x	x
Copia del NIT				x	x	x
Copia del registro del establecimiento					x	x
Copia de licencia de funcionamiento						x

Nota: Elaboración propia.

4.5.3 Capital social

El capital social inicial se establece según las necesidades de operación y creación de la empresa, compuesto por los aportes de los socios fundadores. Este se destinará a la adquisición de inventarios, gastos operativos iniciales y campaña publicitaria. En este caso, se estima un capital de \$12.000.000 la proyección de venta y compra de enseres.

4.5.4 Requisitos legales y regulatorios

La siguiente tabla #21 de requisitos legales y reguladores detallan la obligación y requisitos que se deben cumplir para la operar de la manera lícita y segura, incluyendo permisos, licencias, registros, declaraciones y otros requisitos establecidos por las autoridades competentes. Esta tabla 20 es complementaria a la tabla 19, ya que se enfoca en los requisitos legales y reguladores que se deben cumplir una vez la empresa ha sido constituida y registrada.

Tabla 21 requisitos legales para el spa de uñas

Requisitos legales	Requisitos reguladores	Requisitos específicos para un spa de uñas
--------------------	------------------------	--------------------------------------------

Matricula mercantil	Cumplimiento de normativa de salud y seguridad (establecida por la secretaria de Salud de Santander)	Registro de establecimiento de salud, se debe obtener el registro de establecimiento de salud en la secretaria de salud de Santander.
NIT (Número de identificación Tributaria)	Normativa de protección al consumidor (establecida por la superintendencia de industria y comercio)	Cumplimiento de normativa de higiene y desinfección, que las vigilara la secretaria de salud de Santander.
Registro en la Cámara de Comercio	Normativa de medio ambiente (establecida por la corporación autónoma regional de Santander (CAS))	Uso de productos y equipos autorizados, vigilado por la secretaria de salud de Santander
Licencia de funcionamiento (Alcaldía de Piedecuesta)	Normativa de trabajo (establecida por el ministerio de trabajo)	Contratación y afiliación a los empleados. Capacitación y formación en las diferentes técnicas vigilado por la Alcaldía de Piedecuesta.
Registro sanitario (secretaria de salud de Santander)	Normativa de salud (vigilada por la secretaria de Salud de Santander)	Esterilización y desinfección, higiene personal, manipulación y almacenamiento de productos, registro de clientes, protocolo de emergencia e inspecciones regulares. Vigilados por la secretaria de Salud de Santander.

4.5.5 *Impuestos y obligaciones fiscales*

A continuación, se presenta la siguiente información de los impuestos y obligaciones fiscales que debe cumplir un spa de uñas. Si se es responsable y comprometidos con la transparencia y el cumplimiento de las normas legales. Encanto Nails reconoce la importancia de cumplir con sus obligaciones.

Impuestos fiscales

Impuestos: los valores estimados a pagar se verán reflejados en el módulo financiero que se encontrara más adelante del trabajo.

Impuesto sobre la renta (ISR): se debe realizar declaración y pago anual, la tarifa varía según el régimen al que pertenezca la empresa. En este caso será bajo la sociedad por acciones simplificada, se debe pagar el anticipo de impuesto a la renta durante el año.

Impuesto sobre la venta (ISV): debe pagar el ISV sobre la venta de los servicios y productos.

Impuesto de industria y comercio (IIC): sobre las actividades económicas de la empresa

Impuesto de propiedad (IP): propiedad donde se encuentre el local.

Obligaciones fiscales:

Declaración de renta: debe presentar la declaración de renta anualmente ante la dirección de Impuestos y aduanas Nacionales (DIAN)

Declaración de venta: se debe presentar declaración de ventas mensualmente ante la DIAN

Declaración de industria y comercio: se presenta declaración anualmente ante la alcaldía del municipio (Piedecuesta)

Registro de facturas: se deben registrar las facturas de compra y venta en el libro de registros de facturas

Pago de aportes parafiscales: se deben pagar los aportes parafiscales correspondientes a los empleados.

4.5.6 *Protección de propiedad intelectual*

En un futuro, se planea registrar la propiedad Intelectual ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con el fin de asegurar que los derechos de propiedad intelectual sean protegidos y respetados. De esta manera, se podrá garantizar la integridad y originalidad de la marca y los productos y evitar competencia desleal.

Registrar la marca y patente: se registra el nombre de la empresa en superintendencia de industria y comercio (SIC)

Pasos para registrar la marca de Encanto Nails en la SIC:

Búsqueda de antecedentes marcarios antes de iniciar el registro, es necesario realizar una búsqueda en la base de datos de la SIC para verificar que el nombre o logotipo no estén registrados

previamente por otra empresa, esto puede hacerse en línea a través de la página de la plataforma de propiedad de industria y comercio SIC

Solicitud de registro: se debe diligenciar un formulario de solicitud en el portal de la SIC, especificando el tipo de marca que se va a registrar (denominativa, figurativa o mixta). En este caso, es denominativa ya que solo nombre.

Presentación de documentos: adjuntar los documentos requeridos, como, descripción del nombre y elementos que compongan la marca, identificación de título (persona natural o jurídico) clasificación CIIU: selección de la categoría que mejor representa la actividad económica en el caso para Encanto Nails sería 9602 que es la que agrupa los servicios de peluquería y otros servicios de belleza.

Pago de la tasa de registro: cancelar los costos establecidos por la SIC, que pueden variar según el tipo de marca y cobertura territorial solicitada.

Publicación y oposición: la solicitud se publica en el boletín oficial de la SIC, dando periodo de 30 días para terceros presentar oposición si consideran que la marca afecta sus derechos.

Resolución de registro: si no hay oposiciones o estas son desestimadas, la SIC emite una resolución que otorga el registro y la exclusividad del uso de la marca por 10 años, renovables.

4.5.7 Cumplimiento normativo y ético

Compromiso:

Cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en Santander, mantener una cultura de integridad y ética empresarial, proteger la privacidad y seguridad de los clientes y empleados, prevenir la discriminación, promoviendo la igualdad de oportunidades, fomentar un ambiente de trabajo saludable y seguro.

4.5.8 Asesoramiento legal

Se tendrá en cuenta el asesoramiento legal en temas de contratos de los empleados, asesorías fiscales y contables.

4.6 Gastos de Puesta en Marcha

A continuación, se detalla los gastos asociados a estos trámites en la tabla #22, que incluye honorarios de abogados, costos de registro, impuestos y otros gastos relacionados. Es importante tener en cuenta que estos gastos son necesarios para asegurar de que la empresa este debidamente registrada y autorizada para operar.

Tabla 22 trámites de registro

Concepto	Detalle	Costo estimado
Matricula mercantil	Registro en la Cámara de Comercio de Santander (varía según capital social)	\$500.000 - \$1.000.000
Registro de marca en la SIC	Tasa de registro para la marca denominativa (nombre)	\$1.288.000
Inscripción en la DIAN	Registro Tributario para obtener el NIT	Gratuito
Registro de establecimiento de comercio	En la alcaldía del municipio (Piedecuesta)	\$200.000 - \$500.000
Licencia de funcionamiento	En la alcaldía del municipio (Piedecuesta)	\$500.000 - \$1.000.000
Registro en la Cámara de Comercio	Registro en la Cámara de Comercio de Santander	\$200.000 - \$500.000
Consultoría legal	Revisión de cumplimientos normativos (laboral, fiscal, comercial)	\$1.000.000 - \$2.000.000
Registro sanitario de establecimiento	Secretaria de salud de Santander	\$200.000 – 500.000
Total, estimado		\$3.888.000 - \$6.788.000

4.7 Condiciones comerciales

A continuación, se presentan los términos y condiciones en la tabla #23 que regirán nuestras relaciones comerciales con clientes, proveedores y otros terceros. Estas condiciones comerciales incluyen información importante sobre los servicios, precios, formas de pago, garantías, entre otros. Es

importante que los clientes y socios comerciales lean y comprendan estas condiciones antes de realizar cualquier transacción.

Tabla 23 condiciones comerciales

COMERFIALES	
Precio y forma de pago	El precio (tabla 6) será según la técnica escogida, el pago se realizará en efectivo o medios digitales
Plazo de entrega	En el mismo día de atención
Garantía y responsabilidad	En caso de presentar un error o daño que se demuestre fue por parte del establecimiento se dará una garantía de arreglo
Resolución de disputas	Negociación directa y meditación
Calidad y especificación del producto	Se dará a conocer al cliente los productos que se van a usar en sus manos que serán de alta calidad, responsables con el medio ambiente
Cantidad y unidad de servicios	Un servicio por cita
Fecha y hora de entrega	Fecha y hora que disponga la agenda disponible con aceptación del cliente
Lugar de entrega	Local ubicado en Piedecuesta

CAPÍTULO V Modulo Financiero

5 Modulo Financiero

5.1 Proyección de ventas

La proyección de venta para Encanto Nails tiene un estimado de crecimiento anual del 8% en el año 2025 y 2029 en la cantidad de servicios que se venderán. Esto aumento se espera sea debido al trabajo de marketing digital, la atención personalizada como la innovación en tecnología para masajes. El aumento del personal capacitado para la atención personalizada, y el logro de fidelizar los clientes.

Durante el periodo, se prevé un incremento en cantidad de servicios de 1.719 para el 2025 a 2.382 en el 2029, esto se refiere a un crecimiento acumulado de aproximadamente 21%. Los datos demuestran que los servicios o técnicas más pedidas son, el sistema Press on, seguida de las tradicionales. Deber ser por ser sistemas menos invasivos para las uñas.

5.1.1 Tabla de proyección de ventas y Justificación

Se presenta la tabla #24 de proyección de venta se servicios, desde el mes de inicio hasta el mes que se cumpla un año de operación. Donde se desglosa por tipo de servicio y el año de trabajo, esta proyección se basa en el análisis de mercado, tendencias de la industria y la capacidad de atención.

Tabla 24 Proyección de venta anual

PRODUCTO O SERVICIOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	UNIDADES PARA VENDER AÑO 1	Precio de Venta
Tradicional	10	20	25	25	30	30	30	35	35	38	38	38	354	44.000
Semipermanente	10	25	35	35	38	38	38	40	40	42	42	42	425	45000
Acrílicas	5	15	25	25	30	30	30	35	35	38	38	38	344	75.000
Press on	5	20	30	30	35	35	35	40	40	42	42	42	396	65.000

A continuación, se presenta la tabla #25 proyección de unidades vendidas anuales para los próximos 5 años, con un crecimiento anual del 8%.

Tabla 25 unidades anuales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Valor por unidad
Incremento		8%	8%	8%	10%	
Tradicional	354	382	413	446	491	\$44.000
Semipermanente	425	459	496	536	590	\$45.000
Acrílicas	344	372	402	434	477	\$75.000
Press on	396	428	462	499	549	\$65.000
Total, \$servicios vendidos	1.719	1.857	2.005	2.166	2.382	

5.1.2 Participación del mercado

Para evaluar la participación de mercado para Encanto Nails, se realizará un análisis de la competencia en el área de afluencia tabla #26. Se identificará los centros de belleza y spa de uñas

ubicados a en radio de 5 kilómetros alrededor de la ubicación de Encanto Nails. La participación de mercado se calculará como el porcentaje de clientes que eligen Encanto Nails en comparación en el área. Esta medida permitirá evaluar el desempeño de la organización en relación con la competencia y ajustar las estrategias de marketing y ventas para aumentar la participación de mercado.

Se encuentran cuatro centros de belleza donde prestan el servicio de uñas y 2 centros de spa de uñas.

Tabla 26 Participación del mercado

Centros belleza en Piedecuesta	Servicios vendidos al mes
4 salones de belleza	80 al mes
2 spa de uñas	160 al mes
Encanto Nails	30 al mes

El análisis de la competencia da como resultado un número total de servicios ofrecidos por la competencia 240, Numero de promedio de servicio por ofrecidos por centro de belleza y spa de uñas $240/6 = 40$, la participación de mercado de Encanto Nails, un numero de servicios que espera atender en un mes 30 servicios, una participación en el mercado: $(30/240) \times 100\% = 12.5\%$. Encanto Nails espera capturar aproximadamente el 12.5% del mercado de servicios de uñas en el área. La competencia ofrece un total de 240 servicios al mes, lo que significa que Encano Nails tendrá que competir con otros 6 centros de uñas para atraer clientes.

5.1.3 Política de cartera

Encanto Nails, está comprometida con brindar servicios de alta calidad a los clientes. Actualmente o en el primer año de gestión no se pensará en brindar créditos o fechas de pagos a los clientes, si se considerara desarrollar una política de cartera que permita gestionar de manera efectiva la relación con los clientes y asegurar de que todos los clientes sean tratados de manera justa y equitativa. A media que se avance en este proceso, se evaluara cuidadosamente la opción y considerando las necesidades y expectativas de los clientes. El objetivo es crear una política que se ajuste a las necesidades y objetivos, y que pueda permitir brindar servicios excepcionales a los clientes.

5.2 Inversión y financiación

5.2.1 Plan de inversión

La tabla #27 representa la inversión inicial en la que se utilizara el crédito que se vaya a solicitar, como es la compra de muebles, adecuar el lugar con instalaciones eléctricas y decoración de paredes, sistema de cómputo para la realización de agenda y guardar datos. Para un total de inversión de (\$11.921.421) once millones novecientos veinte y un mil cuatrocientos veintinueve pesos.

Tabla 27 Inversión inicial

Inversión				
	PROVEEDORES	CREDITO	TOTAL, REQUERIDO	
Terrenos		\$ -	\$	-
Construcciones			\$	-
Total, maquinaria y equipo:		2.804.691		2.804.691
Computador	Propiedad	\$ 800.000	\$	800.000
Lámparas led + máquina de pulido *2und	Mercado Libre	\$ 257.050	\$	257.050
Esterilizador *1und	Mercado Libre	\$ 187.900	\$	187.900
Tina para pies *2und masajeador de pies *1ud	Mercado Libre	\$ 429.352	\$	429.352
Tina para manos *2und	Mercado Libre	\$ 129.000	\$	129.000
Bandeja esterilizadora *1und	Mercado Libre	\$ 80.589	\$	80.589
Cafetera + set de pocillos	Homecenter	\$ 920.800	\$	920.800
Total, muebles y enseres:		6.352.730		0
Mesa de manicure y pedicure *2 + lámparas de mesa*2	Mercado Libre	\$ 3.320.000	\$	-
Carrito auxiliar *2	Mercado Libre	\$ 429.200	\$	-
Muebles de recepción y silla, sala de espera y mueble de cafetería	Homecenter	\$ 2.288.650	\$	-
Herramientas de elaboración y limpieza de uñas	Masglo	\$ 314.880	\$	-
Televisión y ventilación		4,000,000	\$	-
Publicidad y Mercadeo		475.000		475.000
Volantes* 1000 media carta	Imprextreme Piedecuesta	\$ 100.000	\$	100.000
Pendón 1m*70cm	Imprextreme Piedecuesta	\$ 50.000	\$	50.000
Tarjetería *1 millar	Imprextreme Piedecuesta	\$ 75.000	\$	75.000
Letrero acrílico *1	Imprextreme Piedecuesta	\$ 250.000	\$	250.000

Cámaras de vigilancia		0	\$ 0
Adecuaciones		2.289.000	2.289.000
Pared en 3D *24 und + luz led de techo*6 und	Homecenter	\$ 1.489.000	\$ 1.489.000
Mano de obra de las instalaciones		\$ 800.000	\$ 800.000
Inversión Total		\$ 11.921.421	\$ 11.921.421

Las cámaras de vigilancia se encuentran en 0, ya que donde quedara el local es zona vigilada por las cámaras del conjunto donde pertenece este local Y se contara con servicio de vigilancia y rastreo de cámaras por medio de ellos. Este costo se asumirá en la administración que se debe pagar con el arriendo.

5.2.2 Estrategias de financiamiento

5.2.2.1 Fuentes de financiamiento

Crédito: se buscará un crédito en la entidad bancaria (Bancolombia) con un interés mensual de 1.78% por un crédito de \$12.000.000 Doce millones de pesos, con un plazo de 48 meses para la compra de muebles y enseres. Se realizó una simulación en la página de la entidad. A su vez se hizo una prueba con la Fundación de la mujer, pero para poder obtener un crédito con ellos debo ya contar con el establecimiento y con mínimo 12 meses en funcionamiento.

5.2.2.2 Plan de financiamiento

Con capital propio e inversión de los socios contribuyentes para el plan de negocio con la que se cancelara los primeros tres meses de arriendo, servicios y nómina. La financiación con el banco a nombre de la encargada del establecimiento será para la compra de muebles, enseres, letreros y publicidad del local. Teniendo un presupuesto de inversión de \$12.000.000, tabla # 27 con una proyección de incremento de 8% en cada año.

5.2.2.3 Tabla de amortización de crédito

Se presentará en una tabla #28, la amortización que se realizará para Encanto Nails en los siguientes años para el pago del crédito solicitado a la entidad Bancaria, en este caso se solicita por 48 meses el plazo del crédito. con una tasa de interés mensual del 1.78% pero al realizarlo en Excel hace una aproximación a 2% una columna de los interés que se pagan mensualmente, el abono a capital, como una columna que refleja el saldo pendiente en el primer año.

Tabla 28 tabla de Amortización

1- Tabla de Amortización					
Monto del crédito:	\$11.921.421,00	# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
Tasa de interés (anual):	2%	1	\$17.683,44	\$239.810,21	\$11.681.610,79
Número de pagos (mensuales):	48	2	\$17.327,72	\$240.165,93	\$11.441.444,86
Pago (mensual):	\$257.493,65	3	\$16.971,48	\$240.522,17	\$11.200.922,69
Pago (Anual):	\$3.089.923,80	4	\$16.614,70	\$240.878,95	\$10.960.043,74
		5	\$16.257,40	\$241.236,25	\$10.718.807,49
		6	\$15.899,56	\$241.594,09	\$10.477.213,40
		7	\$15.541,20	\$241.952,45	\$10.235.260,95
		8	\$15.182,30	\$242.311,35	\$9.992.949,61
		9	\$14.822,88	\$242.670,77	\$9.750.278,83
		10	\$14.462,91	\$243.030,74	\$9.507.248,10
		11	\$14.102,42	\$243.391,23	\$9.263.856,86

5.2.3 Costos y gastos de operación

5.2.4 Costo variable unitario

La tabla #29, refleja el valor por unidad de los productos que se usan en cada una de las técnicas, como el valor de las herramientas para el proceso de la instalación y decoración de las uñas.

Tabla 29 Precios de los productos por unidad

Gel evolution esmalte secado rápido	\$ 12.317
Semipermanentes 14ml	\$ 36.203

Super finish para acrílico 15ml	\$ 43.000
Sellante de acrílico 15ml	\$ 24.300
Pintura acrílica 10ml	\$ 3.750
Polvo constructor acrílico 7g	\$ 12.100
Monómero 120ml	\$ 35.000
Ultrabond pegante de acrílico 7ml	\$ 15.900
Removedor de esmalte tradicional 3890 ML	\$ 77.000
Removedor de sistema de uñas semi y perm 470 ML	\$ 49.800
Removedor de cutícula 100ML	\$ 27.000
Removedor de durezas para pies 500ml	\$ 21.500
Dilutor para esmalte de gel 60ml	\$ 9.600
Aceite regenerador de cutícula 30 ml	\$ 12.400
Tip caja de uñasx100 und	\$ 12.500
Paños paquetex50	\$ 3.290
Bolsa para pedicure x100	\$ 27.599
Corta tip	\$ 15.100
Separador de dedos	\$ 3.500
Corta uñas profesional	\$ 7.000
Pincel liner	\$ 15.260
Pincel acrígel	\$ 26.600
Pincel punta plana	\$ 17.780
Pincel de decoración	\$ 15.260
Bledor para acrígel (Brocha)	\$ 23.000
Mortero para preparación de acrílico	\$ 7.000
Cepillo para uñas	\$ 2.000
Pusher doble	\$ 3.000
Lima jumbo	\$ 8.190
Lima dos usos	\$ 4.760
Herramienta corre cutícula Pusher	\$ 6.000
Lima para pies	\$ 3.000

Corta cutícula	\$ 27.440
Lima negra 100/180	\$ 6.800

A continuación, se relaciona los costos variables en la tabla #30, #31, #32 y #33 de cada una de las técnicas de uñas se realizarán en el centro de SPA Encanto Nails. Se mostrará el precio de los productos por unidad y el columna de la izquierda el valor por cantidades de una unidad hasta las necesarias para cubrir los productos necesarios para las diferentes técnicas. En base a ellos se calcula el valor por miligramo o gramos que se usan en cada uno de los servicios.

Tabla 30 Costo variable técnica tradicional

Producto No.1	Tradicional			
Ítem	UNIDAD DE	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
	MEDIDA	UNITARIO	POR UNIDAD	COSTO UNIT.
Removedor Tradicional	ml	\$ 513	2	\$ 1.026
Crema removedor cutículas	ml	\$ 225	5	\$ 1.125
Algodón	gr	\$ 100	5	\$ 500
Regenerador de cutícula	ml	\$ 248	5	\$ 1.240
Esmalte tradicional	ml	\$ 430	3	\$ 1.293
				\$
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N1				\$5.184
Costo de venta de producto unitario N1				\$44.000

Tabla 31 Costo variable técnica semipermanente

Producto No.2	Semipermanente			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
	MEDIDA	UNITARIO	POR UNIDAD	COSTO UNIT.
OTROS INSUMOS:				
Crema removedor cutícula	ml	\$ 225	5	\$ 1.125
Aceite regenerador de cutícula	ml	\$ 248	1	\$ 248
Algodón	gr	\$ 100	5	\$ 500
Esmalte Semipermanente	ml	\$ 1.810	5	\$ 9.050
				\$ -
				\$ -
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N2				\$ 10.923

Precio de venta del producto o servicio N2	\$	45.000
--------------------------------------------	----	--------

Tabla 32 Costo variable técnica acrílicas

Producto No.3		Acrílicas			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE	VALOR	CANTIDAD	TOTAL	
	MEDIDA	UNITARIO	POR UNIDAD	COSTO UNIT.	
OTROS INSUMOS:					
Tip de uñas		\$	125	10	\$ 1.250
Base acrílica	gr	\$	2,014	10	\$ 20.140
Pegante de acrílico	ml	\$	223	0,15	\$ 33,45
Monómero	ml	\$	734	2,40	\$ 1.731
Pintura acrílica	ml	\$	53	2	\$ 106
Algodón	gr	\$	100	5	\$ 500
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N3					\$ 23.791
Precio de venta del producto o servicio N3					\$ 75.000

Tabla 33 Costo variable técnica Press On

Producto No.4		Press On			
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE	VALOR	CANTIDAD	TOTAL	
	MEDIDA	UNITARIO	POR UNIDAD	COSTO UNIT.	
OTROS INSUMOS:					
Deshidratador de uñas	ml	\$	204	2	\$ 408
Pegamento para uñas	ml	\$	660	5	\$ 3.300
Base Ruber	ml	\$	453	2	\$ 906
Tip de uñas	ml	\$	141	10	\$ 1.410
Esmalte especial	ml	\$	811	5	\$ 4.055
Algodón	gr	\$	100	5	\$ 500
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N4					\$ 10.579
Precio de venta del producto o servicio N4					\$ 65.000

5.2.5 Costos fijos

A continuación, en la tabla #34 se refleja los gastos fijos para Encanto Nails, en el primer año se decide reducir costos fijos mediante la contratación de servicios externos para ciertas funciones claves

(contador, técnico de uñas y servicios generales). En lugar de contratar personal permanente, se opta por el modelo de prestación de servicios. Esto permitirá acceder a la experiencia y habilidades necesarias para operar la empresa de manera efectiva, mientras se toma el control de los costos fijos. A medida que los ingresos incrementan, se evaluará la posibilidad de contratar personal permanente para estas funciones, pero por ahora, este modelo permite mantener los costos bajo control y enfocarse en generar ingresos y que crezca la empresa. Se estima en un año o menos tener un programa donde se facilite y agilice la programación de agenda. También se tiene en cuenta el sistema que se debe tener para la facturación electrónica, ferias programadas en el año, ya sea el mismo municipio o el área Metropolitana de Bucaramanga, la contratación de una persona que conozca como digitalizar los videos de promoción del lugar.

Tabla 34 Gastos Fijos para Encanto Nails

GASTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo	\$ 1.000.000	12.000.000
Servicios públicos	\$ 630.000	8.232.000
Servicio de aseo por días	\$ 100.000	1.200.000
Servicio Contador servicio trimestral	\$ 200.000	900.000
Productos Aseo áreas comunes	\$ 184.000	2.208.000
Café 454gr	\$ 14.650	175.800
Bebidas frías agua *24und	\$ 15.320	183.840
Gastos financieros	\$ 257.494	3.089.924
Legalización	\$ 172.000	2.064.000
Líquidos desinfectantes y esterilizante	\$ 62.900	754.800
Ferías, mantenimiento, pautas redes digitales	\$ 100.000	1.200.000
Servicio Técnico de uñas	\$ 500.000	6.000.000
Internet	\$ 56.000	672.000
Seguro	\$ 200.000	2.400.000
Capacitaciones 2 veces al año	\$ 200.000	400.000
Subtotal	\$ 4.092.364	47.108364

Se tendrá por el primer año bajo nomina el personal de auxiliar de administración y la gerente del establecimiento tabla #35 y #36. Con un sueldo de estimación de la mitad del sueldo mínimo legal, ya que se contará con la ayuda de ellos solo por medios tiempos. para el siguiente año o si los ingresos incrementan como se espera se ajustará el sueldo y contrato a las horas vigentes y legales que se deben trabajar.

Tabla 35 Gasto fijo nomina Aux administrativo

MANO DE OBRA (Producción, Servucción)		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
auxiliar administrativo	750.000	9.000.000
		0
		0
		0
		0
		0
		0
Subtotal	750.000	9.000.000
Pensión salud y ARL	157.665	1.891.980
Parafiscales	67.500	810.000
Prestaciones	163.750	1.965.000
		0
Total, salarios	1.138.915	13.666.980

Tabla 36 Gasto fijo nomina Gerente

ADMINISTRACIÓN		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Gerente	750.000	9.000.000
		0
		0
		0
		0
		0
		0
Subtotal	750.000	9.000.000

Pensión salud y ARL	157.665	1.891.980
Parafiscales	67.500	810.000
Prestaciones	163.750	1.965.000
		0
Total, salario	1.138.915	13.666.980
Total, nómina mensual	2.277.830	

5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos

A continuación, se presenta la proyección financiera de ingresos tabla #37, costos y gastos para Encanto Nails para el primer año de habilitación. Esta proyección incluye un desglose detallado de las ventas esperadas por servicio, así como los costos variables unitarios, precio de venta unitarios, costos fijos, y punto de equilibrio anual, estos datos financieros permiten una planificación precisa y una gestión estratégica de los recursos, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en los próximos años.

Se presenta la proyección de ventas del primer año de servicio por la línea de servicio que se espera sea el año 2025, donde se estima la venta de 1.519 servicios en sus diferentes técnicas.

Tabla 37 Proyección de ventas, costos y gastos anuales

PRODUCTO O SERVICIOS	Costo Variable Unitario	Precio de Venta unitario	Gastos fijos	P. equilibrio anual	Ventas en el año
Tradicional	\$ 5.184	\$ 44.000	\$ 895.529	276	\$ 12.144.000
Semipermanente	\$ 1.923	\$ 45.000	\$ 1.492.548	528	\$ 23.760.000
Acrílicas	\$ 23.791	\$ 75.000	\$ 2.388.077	564	\$ 42.300.000
Press on	\$ 10.519	\$ 65.000	\$ 1.194.039	264	\$ 17.160.000
total, al año			\$ 5.970.193	1632	\$ 95.364.000

5.4 Estados financieros

5.4.1 Balance General (proyectado a 5 años)

El balance general es un documento que proporciona una visión integral de situación financiera para Encanto Nails. Con el fin de presentar de manera clara y concisa la estructura financiera de al

empresa, incluyendo sus activos, pasivos y patrimonio, para así facilitar la toma de decisiones informadas y evaluar la salud financiera de la empresa tabla #38

Tabla 38 Balance General

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
CUENTA	DESCRIPCION	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
12	INVERSIONES	\$ 2.764.000	\$ 2.764.000	\$ 2.764.000	\$ 2.764.000	2.764.000
15	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.804.691	\$ 2.804.691	\$ 2.804.691	\$ 2.804.691	2.804.691
15	MUEBLES Y ENSERES	\$ 6.352.730	\$ 6.352.730	\$ 6.352.730	\$ 6.352.730	6.352.730
	TOTAL, ACTIVO	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	11.921.421
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
220505	PROVEEDORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	-
21	CREDITOS	\$ 11.921.421	\$ 11.681.610	\$ 11.441.444	\$ 11.200.922	9.154.335
23	CUENTAS POR PAGAR	\$ 7.054.139	\$ 10.416.186	\$ 10.205.857	\$ 6.828.060	
	TOTAL, PASIVO	\$ 18.975.560	\$ 22.097.796	\$ 21.647.301	\$ 18.028.982	9.154.335
PATRIMONIO						
37	PERDIDA DEL EJERCICIO	-\$ 7.054.139	-\$ 10.176.375	-\$ 9.725.880	-\$ 6.107.561	2.767.086
	TOTAL, PATRIMONIO	-\$ 7.054.139	-\$ 10.176.375	-\$ 9.725.880	-\$ 6.107.561	2.767.086
	TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	\$ 11.921.421	11.921.421

Nota: elaboración propia en Excel y traída al documento.

5.4.2 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

El documento financiero tabla #39 es un resumen de los ingresos y gastos de Encanto Nails con una proyección de 5 años. Su objetivo es proporcionar una visión clara de la rentabilidad y eficiencia financiera del negocio, permitiendo que las partes interesadas (inversionistas o aliados) evalúen su desempeño y tomar decisiones informadas, a continuación, se presenta los detalles de los ingresos y gastos de la empresa, así como la utilidad neta obtenida durante los 5 periodos.

Tabla 39 Estado de Resultados

CUENTA	NOMBRE	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
41	INGRESOS					
	SERVICIOS	\$86.241.000	\$93.183.000	\$100.672.000	\$108.729.000	\$119.614.000
	TOTAL, INGRESOS BRUTOS	\$86.241.000	\$93.183.000	\$100.672.000	\$108.729.000	\$119.614.000
	COSTO DE VENTAS O					
61	PRESTACION DE SERVICIOS	\$18.850.816	\$20.372.027	\$22.010.300	\$23.771.028	\$26.146.115
	COSTO DE SERVICIO	\$18.850.816	\$20.372.027	\$22.010.300	\$23.771.028	\$26.146.115
	UTILIDAD BRUTA	\$67.390.184	\$72.810.973	\$78.661.700	\$84.957.972	\$93.467.885
51	OPERACIONES DE ADMINISTRACION	\$71.835.524	\$73.272.234	\$5.470.401	\$78.489.217	\$81.628.786
52	OPERACIONES DE PRODUCCION	\$2.802.000	\$2.858.040	\$2.943.781	\$3.061.532	\$3.183.993
	TOTAL, GASTOS	\$90.686.340	\$93.644.261	\$97.480.701	\$102.260.245	\$107.774.901
	PERDIDA OPERACIONAL	-\$4.445.340	-\$ 461.261	\$3.191.299	\$6.468.755	\$11.839.099
	PERDIDA DEL EJERCICIO	-\$4.445.340	-\$461.261	\$ 3.191.299	\$6.468.755	\$11.839.099

Nota: elaboración propia en tabla de Excel y traída al documento.

Según el balance realizado para Encanto Nails, se obtiene como resultado que en los dos primeros años causa una perdida moderada, pero que a partir del 3 año se logra un equilibrio con ganancias estables para el negocio, logrando pagar su deuda de inicio por causa de la inversión inicial.

5.4.3 Flujo de caja (proyectado a 5 años)

Se presento un flujo de caja tabla #38 para los siguientes 5 años de habilitación de Encanto Nails. Donde se refleja en rojo los dos primeros años, debido a que la estimación de clientes que se colocan es menos a la que se calcula en el punto de equilibrio, se realiza de esta manera para colocar en el peor de los casos que sean menos clientes. En los siguientes tres años se refleja un aumento de la utilidad. Lo que nos dice que es rentable el plan de negocio en los siguientes tres años.

Tabla 40 flujo de caja

Flujo de Caja.					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
I. Ingresos Operativos					
Tradicional	\$ 15.576.000	\$ 16.808.000	\$ 18.172.000	\$ 19.624.000	\$21.604.000
Semipermanente	\$ 19.125.000	\$ 20.655.000	\$ 22.320.000	\$ 4.120.000	\$26.550.000
Acrílicas	\$ 25.800.000	\$ 27.900.000	\$ 30.150.000	\$ 32.550.000	\$35.775.000
Press on	\$ 25.740.000	\$ 27.820.000	\$ 30.030.000	\$ 32.435.000	\$ 35.685.000
Total, Ingresos Operativos	86.241.000	93.183.000	100.672.000	108.729.000	119.614.000
II. Gastos Operativos Fijos					
A. Fijos:					
1, pagos laborales directos	\$ 27.333.960	\$27.333.960	\$ 27.333.960	\$ 27.333.960	\$ 27.333.960
2. Total gastos Producción	\$ 2.802.000	\$ 2.802.000	\$ 2.802.000	\$ 2.802.000	\$ 2.802.000
3. Total gastos Administración	\$ 41.699.564	\$ 41.699.564	\$ 41.699.564	\$ 41.699.564	\$ 41.699.564
4. Total gastos de ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5. otros(cual)					
Subtotal	\$ 71.835.524	\$ 73.272.234	\$ 75.470.401	\$ 78.489.217	\$ 81.628.786
A. Variables					
1. Costo de Materia Prima e insumos Total.	\$ 18.850.816	\$ 20.372.028	\$ 22.010.300	\$ 23.771.029	\$ 26.146.116
2. Pago a proveedores.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3. Gastos Financieros (prestamos)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4, Compra de Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5. Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
Subtotal	\$ 18.850.816	\$ 20.372.028	\$22.010.300	\$23.771.029	\$ 26.146.116
Total, Gastos Operativos	\$ 90.686.340	\$ 93.644.262	\$97.480.701	\$ 102.260.246	\$ 107.774.902
superávit /(déficit) Operativo	-\$ 4.445.340	-\$ 461.262	\$ 3.191.299	\$ 6.468.754	\$ 11.839.098

5.5 Evaluación del proyecto

Se realizó un análisis detallado de la viabilidad del proyecto Encanto Nails, considerando aspectos como la demanda del mercado, la competencia, los costos y los beneficios potenciales. A continuación, se presentan los resultados en la tabla #39, que confirma que el plan de negocio es viable y tiene un potencial para generar un retorno sobre la inversión en los siguientes tres años.

Tabla 41 Viabilidad

Viabilidad			
Técnico	Económico	legal	Mercadeo
Se contará con una infraestructura de 72 metros cuadrados	Se requiere una inversión de \$12.000.000 millones para cubrir los gastos de arriendo, equipamiento, marketing.	Contará con las licencias y permisos para operar legalmente	La demanda se espera sea alta en la zona donde se ubicará el spa de uñas.
Con un equipamiento, iluminación y decoración adecuadas.	Se espera que el spa genere unos ingresos de \$86.241.000 en el primer año, con un crecimiento del 8% anual	Se cumplirá con las normas de seguridad y salud para proteger a los clientes y empleados.	Se identificaron 6 competidores en la zona, pero se espera que el spa se diferencie mediante la calidad de sus servicios y el ambiente acogedor.
Se manejará reservas en línea por medio de WhatsApp para facilitar la gestión del spa	Los costos se estima que sean \$41.699.564 en el primer año, incluyendo arriendo, equipamiento, marketing y personal.	Se contará con contratos con los proveedores de servicios y productos para asegurar de que se cumplan términos y condiciones.	Se identificó un público objetivo entre hombres y mujeres en las edades de 15 a 55 años. Que buscan servicios de belleza y uñas de alta calidad.
Se contará con un personal técnico de uñas capacitado para cada una de las técnicas	El retorno de la inversión se espera sea del 20% anual.	Se tendrá un seguro de responsabilidad en caso de daños en el establecimiento.	

5.5.1 Valor Presente Neto (VAN)

Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, es fundamental calcular el Valor Presente Neto (VPN). El VPN representa el valor actual de los flujos de caja futuros del proyecto, descontados a una

tasa de descuento determinada. En este caso la tabla #40, se utilizará una tasa de descuento del 12% para calcular el VPN del proyecto. A continuación, presento los cálculos detallados de VPN, considerando los flujos de caja proyectados para los próximos 5 años.

Tabla 42 VPN

Flujo de caja por 5 años	Valor	Flujo de caja descontado	Inversión inicial	Tasa de descuento	Flujo de caja del primer año
Año 1	-4.445.340	-\$3.973.839			
Año 2	-461.262	-\$363.919			
Año 3	3.191.299	\$2.343.919	\$12.000.000	12%	-\$4.445.340
Año 4	6.468.754	\$4.533.919			
Año 5	11.839.098	\$7.933.919			
	\$	\$10.473.999			

los flujos de caja descontados, se toma el valor del flujo de caja, menos el 12% en cada uno nos da como resultado un flujo de caja descontado se suman los valores de los 5 años que da como resultado: \$10.473.999

Restando la inversión inicial: $\$10.473.999 - \$12.000.000 = -\$1.526.001$

El VPN resulta negativo, lo que indica que el proyecto no es rentable bajo las condiciones actuales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el VPN es solo una de las herramientas para evaluar la viabilidad del plan de negocios. es recomendable considerar otros factores, como la tasa de interés de retorno (TIR).

5.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Una vez evaluado el Valor Presente Neto (VPN) del plan de negocio, es fundamental calcular la Tasa interna de Retorno (TIR) para determinar la rentabilidad del proyecto. La TIR representa la tasa de retorno que el plan de negocio genera la inversión inicial, y se utiliza como indicador de la viabilidad financiera del plan de negocio. En este caso en la tabla #41, se calcula la TIR utilizando los flujos de caja proyectados para los próximos 5 años, con el objetivo de determinar si el proyecto es rentable y si es buena inversión.

Tabla 43 TIR

Flujo de caja por 5 años	Tasa de descuento TD
-4.445.340	12%
-461.262	
3.191.299	
6.468.754	
11.839.098	

Al calcular la TIR en base a los datos anteriores, obtenemos

TIR: 15.1%

La TIR del proyecto es de aproximadamente del 15.1%. esto significa que el proyecto genera retornos sobre la inversión del 15.1% anual. Aunque el VPN da negativo la tasa de retorno nos da positivo y que el flujo de caja es positivo a partir del 3 años. Estos indican que el plan es viable desde la perspectiva financiera.

5.5.3 Punto de equilibrio

Una vez evaluada las diferentes técnicas y sus respectivas ponderaciones, es fundamentales calcular el punto de equilibrio para determinar el nivel de ventas o participación requerido para el proyecto sea sostenible. En este caso, se ha asignado una ponderación del 40% a la técnica acrílica. Lo que indica se espera mayor venta de este servicio. El objetivo es alcanzar un equilibrio mensual de 136 servicios vendidos, para un total anual de 1.632 servicios en todas las técnicas ofrecidas. A continuación, se presenta la tabla #42 con los cálculos del punto de equilibrio.

Tabla 44 Punto de equilibrio

Margen y punto de Equilibrio								
PRODUCTO	Costo Variable Unitario	MARG EN %	Precio Venta Unitario	PONDERACIÓN	GASTO FIJO	PE ME NSU AL	VENTAS MES/ Equi.	COSTO DE VENTA MENSUAL
Tradicional	\$ 5.184	88%	\$ 4.000	15,0%	\$897.944	23	\$1.017.867	\$ 119.923
Semipermanente	\$ 10.923	76%	\$ 45.000	25,0%	\$1.496.573	44	\$ 1.976.283	\$ 479.710
Acrílicas	\$ 23.791	68%	\$ 75.000	40,0%	\$2.394.517	47	\$ 3.506.981	\$ 1.112.463

Press on	\$ 10.579	84%	\$ 65.000	20,0%	\$1.197.259	22	\$ 1.429.996	\$ 232.737
TOTAL				100%	\$ 5.986.294	136	\$ 7.931.128	\$ 1.944.834

5.5.4 Razones Financieras

5.5.4.1 Liquidez

El presente análisis financiero tabla #43 tiene como objetivo evaluar la situación financiera y la liquidez de Encanto Nails, con el fin de determinar su capacidad para generar flujos de caja y cumplir con sus obligaciones financieras a corto y largo plazo, a treves de la aplicación de métricas financieras claves, como razón corriente, la razón de corriente, la razón de liquidez y los días de inventario, se busca proporcionar una visión clara y objetiva de la situación financiera del plan de negocios y así facilitar la toma de decisiones informadas para el futuro desarrollo y crecimiento.

Tabla 45 Razones financieras

Razón Corriente (RC)	Razón de Liquidez (RL)	Días de Inventarios (DI)
Activos corrientes \$22.214.100	Efectivo y Equivalentes de efectivo \$21.599.151	Inventario \$614.949
Pasivos Corrientes \$12.000.000	Pasivo corriente \$12.000.000	Costo de Venta Diario \$264.369
RC = AC/PC = 1.85	RL= E/PC= 1.80	DI=I/CV=2.32 días

Estos resultados indican que el proyecto tiene una liquidez moderada, con una capacidad razonable para pagar sus deudas a corto plazo.

5.5.4.2 Rentabilidad

El presenta análisis tabla #44 de rentabilidad tiene el objetivo de evaluar la capacidad del proyecto para generar retornos financieros significativos y sostenibles en el tiempo, a treves de la aplicación de métricas financieras claves, como la Tasa de Retorno sobre la Inversión (ROI), el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa de Interés de Retorno (TIR), se busca proporcionar una visión clara y objetiva de la rentabilidad del plan de negocio.

Tabla 46 Rentabilidad

Rentabilidad Financiera	Valor actual Neto	Tasa de Interés de Retorno
Flujo de Caja Neto (FCN): \$21.499.151	Fujo de Caja Neto \$ 21.499.151	Flujo de Caja Neto (FCN) \$21.499.151
Inversión Inicial \$12.000.000	Tasa de Descuento: suponiendo una tasa: 10% anual	Inversión Inicial \$12.000.000
Tasa de Retorno Sobre la Inversión \$179.16%	VAN $\$21.499.151 / (1 + 0.10)^3 =$ \$15.311.911	TIR=34.59%

En resumen, las métricas de rentabilidad son:

ROI: 179.16%

VAN: \$15.311.911

TIR: 34.59%

Estos resultados indican que el proyecto es altamente rentable, con una tasa de retorno sobre la inversión del 179.16% y un valor actual neto de \$15.311.911

CAPÍTULO VI Impactos

6 Impactos

6.1 Impacto económico, social y ambiental

Tabla 47 impacto económico, social y económico

	Impacto	Amenaza	Oportunidad	Riesgo
Económico	Crecimiento económico: en la demanda de servicios de belleza y cuidado personal Inflación: afecta los costos de operación y los precios de los servicios. Desempleo: impacta en la disponibilidad de mano de obra y demanda de servicios Nivel de ingresos: afecta la capacidad de ingresos de los consumidores en servicios de uñas.	Recesión económica, puede reducir demanda. Aumento en costos pueden reducir margen de beneficio. Desempleo puede reducir demanda de servicios. Reducir ingresos puede reducir demanda.	Crecimiento económico, puede aumentar demanda de servicios. Ajustar precios puede mantener margen de beneficio. Ofrece servicios a precios accesibles para aumentar demanda.	Un aumento en los precios podría causar gastos adicionales en los costos de producción. La competencia en el mercado de uñas aumenta y podría causar la participación en el mercado.
Social	Tendencia de moda y belleza: influencia la	Cambio en tendencias pueden reducir demanda.	Adaptarse a nuevas tendencias puede aumentar la demanda.	Causar un impacto negativo en la sociedad,

	<p>demanda de servicios de uñas.</p> <p>Cambios demográfico: envejecimiento de la población, aumento de diversidad étnica.</p> <p>Estilo de vida: creciente interés en la salud y el bienestar.</p>	<p>Cambios en demografía puede reducir demanda</p> <p>Cambios en estilo de vida pueden reducir demanda.</p>	<p>Ofrecer servicios adaptados a nuevas demografías puede aumentar la demanda.</p> <p>Ofrecer servicios que se adapten a nuevos estilos de vida puede aumentar demanda.</p>	<p>problemas en la salud y seguridad causando problemas con los empleados, el plan de negocio podría tener un impacto negativo por la pérdida de empleados constantes.</p>
Ambiental	<p>Sostenibilidad: creciente conciencia sobre ambiental de los productos y servicios.</p> <p>Uso de productos respetuosos con el medio ambiente: reduce el impacto ambiental.</p> <p>Eficiencia energética: reduce costos y minimiza el impacto ambiental.</p> <p>Gestión de residuos: minimiza el impacto ambiental</p>	<p>No adaptarse a prácticas sostenibles puede reducir la reputación.</p> <p>Utilizar productos no respetuosos puede dañar la reputación y reducir demanda.</p> <p>No implementar medidas de eficiencia energética puede aumentar costos.</p> <p>Gestión de residuos, no implementar prácticas de gestión de residuos pueden dañar la reputación y el medio ambiente.</p>	<p>Adaptarse a prácticas sostenibles puede aumentar reputación y demanda.</p> <p>Utilizar productos sostenibles puede aumentar reputación y demanda.</p> <p>Implementar medida de eficiencia energética puede llegar a reducir costos y aumentar la reputación.</p> <p>Implementar prácticas de gestión de residuos y pueden reducir residuos y aumentar reputación.</p>	<p>Falta de practicas sostenibles al no implementarlas afectaría negativamente la imagen de Encanto Nails, el no reciclar podría generar una disposición inadecuada de residuos afectando negativamente el medio ambiente.</p>

6.2 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

El desarrollo y operación de un SPA de uñas conlleva una serie de riesgos que pueden afectar su viabilidad y éxito. Entre otros riesgos que estarán descritos en la tabla #46. Relacionados con el cumplimiento de regulación y estándares de sostenibilidad.

Tabla 48 Riesgos

Riesgo	Descripción
Técnico	<p>Falla en la calidad de servicios: problemas con la aplicación de uñas.</p> <p>Uso inadecuado de equipos y herramientas: riesgo de lesiones a los trabajadores o clientes, por el uso inadecuado de equipo y herramientas.</p> <p>Falla de higiene y limpieza: riesgo de infecciones y enfermedades por falta de higiene y limpieza en el establecimiento.</p>
Comercial	<p>Competencia: de otros establecimientos de belleza en el área pueden afectar las ventas y la rentabilidad.</p> <p>Fluctuaciones en la demanda: cambios en la demanda de servicios de belleza pueden afectar las ventas y la rentabilidad</p>

	problemas de gestión: como la falta de control de inventarios o la mala administración de personal, puede afectar la rentabilidad.
Talento humano	Falta de personal capacitado: el personal capacitado o experimentado puede afectar la calidad de los servicios. Rotación de personal: la constante rotación de personal puede afectar la continuidad de los servicios y la satisfacción de los clientes. Conflictos laborales: pueden llegar afectar la moral y la productividad del personal.
Normativo	Incumplimiento de regulación: el incumplimiento de regulación y normas de salud y seguridad pueden resultar en sanciones y multas. Cambios de legislación: cambios de legislación y regulación pueden afectar la operación del establecimiento. Falta de registro y licencia: son necesarios para que no cierren el establecimiento.
Ambientales	Contaminación: contaminación de agua, aire y suelos pueden resultar daños al medio ambiente y a la salud humana. Uso inadecuado de productos químicos: puede resultar en daños al medio ambiente y a la salud humana. Falta de gestión de residuos: pueden resultar en contaminación del medio ambiente.
Seguridad	Seguridad: como robos o vandalismos, pueden afectar la operación del establecimiento. Reputación: como la mala publicidad, pueden afectar la clientela y las ventas. Tecnológico: como la falla del sistema o la pérdida de datos, pueden afectar la operación del establecimiento.

CAPÍTULO VII Conclusiones

7 Conclusiones

El plan de negocios para el establecimiento de atención a personas para el cuidado, mantenimiento y embellecimiento de uñas tiene un objetivo claro y conciso, que se desglosa en objetivos específicos bien definidos. Estos demuestran una buena planificación y enfoque en el desarrollo del plan de negocio. Este se alinea con las necesidades del mercado y las expectativas de los clientes como el estudio de mercado, la estructura financiera, el análisis financiero realizado, que incluyó la evaluación de la rentabilidad, la liquidez y la solvencia, demostró que el plan de negocio es viable y tiene un buen potencial de crecimiento. Sin embargo, es importante destacar que el análisis financiero se basó en suposiciones y proyecciones, por lo que es importante monitorear y ajustar constantemente las proyecciones financieras.

La encuesta demostró una demanda significativa de servicio de cuidado y embellecimiento de uñas en el municipio de Piedecuesta, los clientes prefieren servicios de alta calidad, personalizados y en un entorno acogedor y confortable. La encuesta no menciona explícitamente la competencia de mercado, pero se puede inferir que hay una oportunidad para un negocio que ofrezca servicios de alta calidad y personalizados. Se puede también inferir que es importante desarrollar estrategias para promocionar el negocio y atraer clientes.

De la rentabilidad se puede concluir que Rentabilidad es un plan de negocio rentable con un ROI del 179.16%. Esto indica que el proyecto generará ganancias significativas en la relación con la inversión inicial. Tiene una buena liquidez, con una Razón Corriente de 1.85 y una Razón de Liquidez de 1.80. Esto indica que el proyecto tiene suficientes activos líquidos para cubrir las obligaciones a corto plazo. El plan de negocio es solvente, con un valor Actual Neto (VAN) de \$15.311.911. Lo que dice que el plan de negocio tiene un valor actual neto positivo y puede generar flujos de caja suficientes para cubrir sus obligaciones a largo plazo. Aunque el plan de negocio es rentable y tiene una buena liquidez y solvencia, es importante considerar los riesgos asociados con el proyecto, como la competencia, los cambios en la demanda y los riesgos operativos.

CAPÍTULO VIII Recomendaciones

8 Recomendaciones

Recomendación estratégica, desarrollando un plan de gestión de riesgo para mitigar los riesgos asociados con el plan de negocio, es importante desarrollar un plan de gestión de riesgos que incluya estrategias para identificar, evaluar y mitigar riesgos.

Recomendaciones operativas llevando a cabo un plan de desarrollo de plan de gestión de personal para asegurar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente es importante un plan de

gestión de personal que incluya estrategias para la medición, evaluación y mejora continua de la calidad del servicio.

Recomendación financiera importante llevar acabo un plan que incluya estrategias para la gestión de ingresos, gastos y flujo de caja. Como a su vez buscar financiamiento adicional para asegurar la viabilidad financiera del plan de negocio, que ayude a cubrir los costos iniciales y asegurar la liquidez.

Referencias

Análisis de mercado de cosméticos en

colombia. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cosmeticos-en-colombia>.

ANDI. Cada colombiano gasta un promedio de \$449.000 al año en productos de belleza, cuidado personal y aseo del hogar: Cámara de la industria cosmética y de aseo de la

ANDI. <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un->.

Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. Free Press. Capítulo 1

Bucaramanga celebra la primera graduación de belleza por un futuro con 96 nuevas vidas

transformadas. . . <https://elfrente.com.co/bucaramanga-celebra-la-primera-graduacion-de-belleza-por-un-futuro-con-96-nuevas-vidas-transformadas/>.

Congreso De Colombia E, Constitución A1. Ley_1258_de_2008. . .

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2020). Informe de Coyuntura Económica

<https://www.camaradirecta.com/actualidad-empresarial/informes-economicos?anio=2020>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. Eventos

estrategicos. <https://www.camaradirecta.com/eventos-estrategicos/afiliados/programacion-eventos-afiliados-primer-cuatrimestre-2025/>.

CanvasLab.com <https://canvaslab.com/blogs/decoracion/como-decorar-un-salon-de-belleza>

Cordero I, Andrés B; Zepeda V, Lizeth C, Cuevas R. Aproximación de una propuesta metodológica para el emprendimiento e implementación de la innovación en pymes. . .

<https://www.redalyc.org/articulo.oa>

Cuántos habitantes tenía Piedecuesta, Santander en 2024. . . <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/santander/piedecuesta>.

Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Brothers.

El mercado de la belleza y cosmética en Colombia. <https://america-retail.com/paises/colombia/el-mercado-de-la-belleza-y-cosmetica-en-colombia/>.

El Tiempo. (2020). *La belleza es un negocio rentable en Bucaramanga*.

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1332907>

Exponails Medellín. *La feria más grande de la industria de las uñas en*

Colombia. <https://exponailscolombia.com/>.

Forbes Colombia. (2024) *Este esmalte colombiano quiere conquistar el mundo, ya vende más de*

\$100.000 millones. <https://forbes.co/2024/04/24/negocios/este-esmalte-colombiano-quiere-conquistar-el-mundo>.

FORMULA PARA ENCONTRAR LA MUESTRA." Web. <[https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html#calculadora de muestra](https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html#calculadora_de_muestra)>.

Infobae. *Hombres colombianos gastan más en cuidados de belleza y cuidado*

personal. <https://www.infobae.com/colombia/2024/07/28/hombres-colombianos-gastan-mas-en-cuidados-de-belleza-y-cuidado-personal/>.

Informe de expertos. *Análisis del mercado de esmaltes de*

uñas. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-esmaltes-de-unas#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20factores%20influyen%20en%20el,mundial%20de%20esmaltes%20de%20u%C3%B1as>.

Internacional N. ISO 9001:2015 (traducción oficial) 1 traducción oficial/official translation/traduction officielle © ISO 2015 -todos los derechos reservados. . .

Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press. Capitulo 1

Kotler, P. (2017). *Marketing Management*. Pearson Education. (P,6)

La industria de la belleza y cuidado personal en Colombia: Un mercado en Crecimiento." Web.

<https://www.mundotextil.com.co/la-industria-de-la-belleza-y-cuidado-personal-en-colombia-un-mercado-en-crecimiento/>.

La industria de las uñas apunta a la innovación. <https://mismariposas.com/la-industria-de-las-unas-apunta-a-la-innovacion-y-la-sostenibilidad-para-2025/>.

La República. Las manicuristas mueven hasta \$6.000 millones al día en un mercado que es 65%

informal... [https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-](https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-3200615#:~:text=Pintarse%20las%20u%C3%B1as%20es%20una,de%20los%20servicios%20que%20realice. Updated 2021.)

[3200615#:~:text=Pintarse%20las%20u%C3%B1as%20es%20una,de%20los%20servicios%20que%20realice. Updated 2021.](https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-3200615#:~:text=Pintarse%20las%20u%C3%B1as%20es%20una,de%20los%20servicios%20que%20realice. Updated 2021.)

Mapeo competitivo y perspectivas estratégicas para el 2031.

<https://www.theinsightpartners.com/es/reports/nail-care-market.>

Mercado en crecimiento: La demanda de servicios de manicura.

<https://analisisdeformacionesonline.com/mercado-en-crecimiento-la-demanda-de-servicios-de-manicura/>.

Ministerio de la protección

social. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decreto-3518-de-2006.pdf.>

Mintzberg, H. (1987) The strategy concept I: Five Ps for strategy. California Management Review, 30(1), 11-24.

Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. McGraw-Hill. (P,13)

Alcaldía de Piedecuesta. (2020). Plan de Desarrollo 2020-2023.

<https://www.alcaldiadepiedecuesta.gov.co/documentos/606/plan-de-desarrollo-municipal/?genPagDocs=2>

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Revista-coyuntura-pyme-no-70. 2023 <https://www.anif.com.co/revistas/coyuntura-pyme/>

Ries, E. (2011). *El emprendedor*. Editorial Gestión 2000.

Tamaño del mercado de cosméticos de Colombia y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029) . . . <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry>.

Varela Villegas R, Moreno Barragán JA, Soler Libreros JD, et al. *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia...* 2020. doi: 10.18046/eui/gem.2020. [Reporte GEM Colombia 2022-2023.pdf](#)

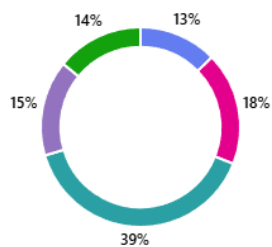
Anexos

1. Evidencia de la encuesta realizada

<https://forms.office.com/r/Wtvc8q4G9U?origin=lprLink>

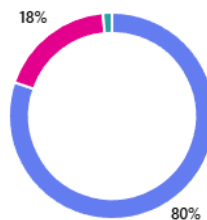
1. Edad (0 punto)

● MENOS DE 18 AÑOS	9
● 18 - 25 AÑOS	13
● 26 - 35 AÑOS	28
● 36 - 45 AÑOS	11
● MAS DE 45 AÑOS	10



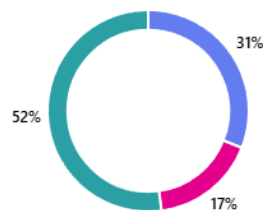
2. Genero (0 punto)

● FEMENINO	57
● MASCULINO	13
● OTRO	1



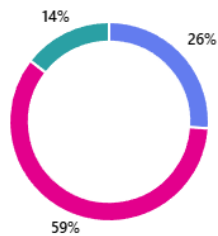
3. Ocupacion (0 punto)

● Estudiante	22
● Profesional independiente	12
● Empleado/a	37



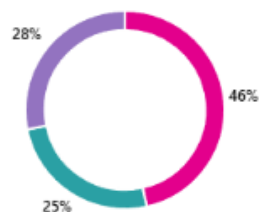
4. Nivel de ingresos (0 punto)

● Menos de \$1.000.000	18
● \$1.000.000 - \$3.000.000	41
● Mas de \$3.000.000	10



5. Nivel educativo (0 punto)

● Basica primaria	0
● Secundaria	33
● Tecnico o Tecnologo	18
● Profesional	20



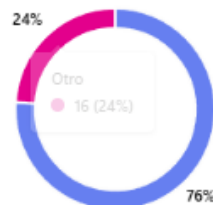
6. En que municipio de Santander vive? (0 punto)

● Piedecuesta	69
● Otro	2



7. En que municipio de Santander trabaja? (0 punto)

● Piedecuesta	51
● Otro	16



8. Barrio o localidad donde vive (0 punto)

71
Respuestas

Respuestas más recientes
 "Portal de la hacienda"
 "Barrio villabel florida blanca"
 "La colina piedecuesta"
 ...



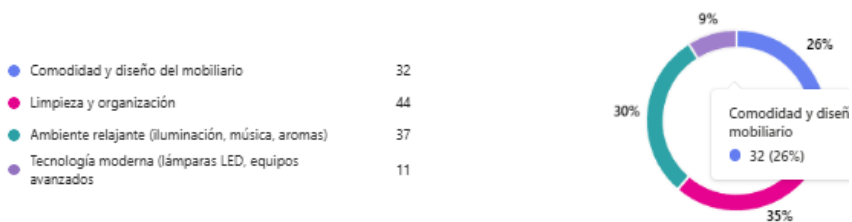
9. Conoce centro de spa de uñas (0 punto)



10. Ha visitado otros centro de spa de uñas en el pasado? (0 punto)



11. Qué aspecto de la calidad del servicio te impresionó más en esos spas? (Puedes elegir más de una opción) (0 punto)



12. Qué cualidad del personal te pareció destacable? (0 punto)



17. Qué tan importante es para ti la facilidad y rapidez al momento de pagar? (0 punto)

[A](#)

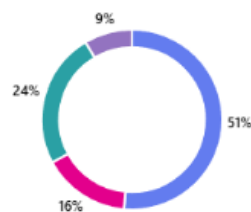
● Muy importante	37
● Importante	30
● Poco importante	2
● No es importante	0



18. Qué diseños o estilos prefieres en los esmaltes o decoraciones de uñas? (0 punto)

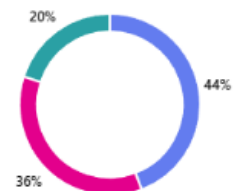
[A](#)

● Colores clásicos y neutros	36
● Tonos vibrantes y llamativos	11
● Brillos y efectos especiales (glitter, cromo, etc.)	17
● Decoraciones temáticas o de temporada	6



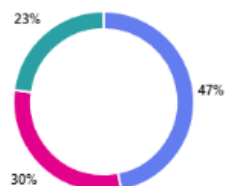
19. Qué tan importante es para ti la marca de los productos que compras? (0 punto)

● Muy importante	31
● Importante, pero no decisivo	25
● No es importante, mientras sea de buena calidad	14



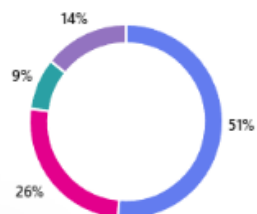
20. Qué productos te gustaría que estuvieran disponibles en el spa? (Puedes elegir más de una opción) (0 punto)

● Cremas hidratantes para manos y pies	45
● Aceites esenciales o aromaterapia	29
● Kits de manicura y pedicura para uso en casa	22



21. Qué servicios adicionales te interesarían? (0 punto)

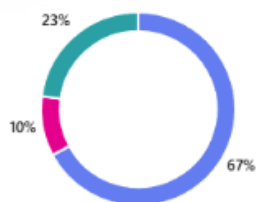
● Masajes de manos o pies	36
● Exfoliaciones para manos o pies	18
● Tratamientos de parafina	6
● Diseño personalizado de uñas (arte único)	10



Te gustaría que el spa ofreciera paquetes personalizados (por ejemplo, manicure con masaje o exfoliación) (0 punto)

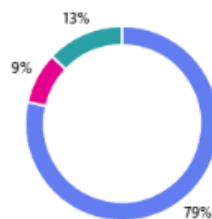
22. Te gustaría que el spa ofreciera paquetes personalizados (por ejemplo, manicure con masaje o exfoliación) (0 punto)

● Sí, me encantaría	47
● No, prefiero servicios individuales	7
● Depende del precio y la oferta	16



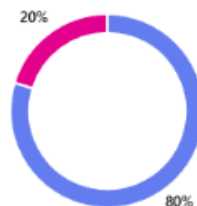
23. Estarías interesado/a en kits de regalo (paquetes de productos y servicios)? (0 punto)

● Sí, sería una buena opción	55
● No, no me interesa	6
● Dependería del costo	9



24. Te gustaría participar en eventos exclusivos del spa (por ejemplo, días de spa para grupos o promociones temáticas)? (0 punto)

● Sí, me parecería interesante	55
● No, prefiero visitas individuales	14



25. Que tipo de eventos le gustaria que hubieran en el centro de spa de uñas? (0 punto)

[Más deta](#)

64
Respuestas

Respuestas más recientes
"Ninguno"
"Q hicieran promos"
...



26. Qué otros productos o servicios crees que deberíamos agregar? (0 punto)

[Má](#)

62
Respuestas

Respuestas más recientes
"Así esta bien"
"La comodidad del cliente"
...



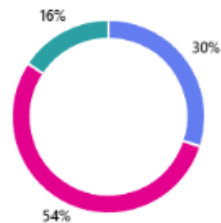
27. Qué tan importante es para ti la comodidad de las sillas y muebles en un spa de uñas? (0 punto)

- Muy importante 40
- Importante 27
- Poco importante 2
- No es importante 0



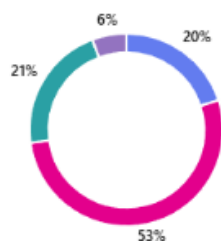
28. Que tipo de ambiente prefiere durante tu servicio en el spa? (0 punto)

● Relajado y silencioso	21
● Con música de fondo suave	38
● Animado y con mayor interacción	11



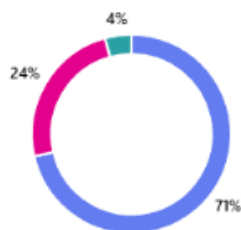
29. Qué estilo de diseño prefieres en un spa de uñas? (0 punto)

● Minimalista y moderno	14
● Clásico y elegante	37
● Colorido y alegre	15
● Temático (por ejemplo, tropical, vintage, etc.)	4



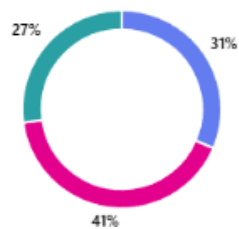
30. Qué tan importante es para ti la percepción de limpieza en las instalaciones? (0 punto)

● Muy importante	50
● Importante	17
● Poco importante	3
● No es importante	0



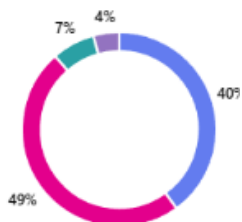
31. En qué tipo de zona prefieres que esté ubicado el spa? (0 punto)

● Zona residencial	22
● Zona comercial	29
● Centro de la ciudad	19



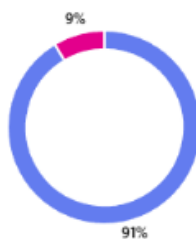
32. Qué tan importante es para ti que el spa esté cerca de medios de transporte público? (0 punto)

● Muy importante	28
● Importante	34
● Poco importante	5
● No es importante	3



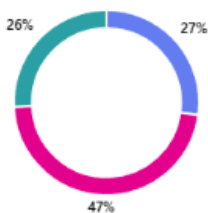
33. Prefieres un spa con facilidad de parqueadero para vehículos y motos? (0 punto)

● Si	64
● No	6



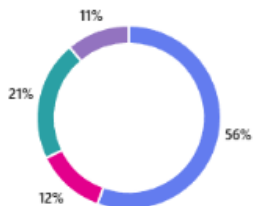
34. Qué tan lejos estás dispuesto/a a viajar para visitar un spa de uñas? (0 punto)

● Menos de 10 minutos	19
● Entre 10 y 20 minutos	33
● Más de 20 minutos si vale la pena	18



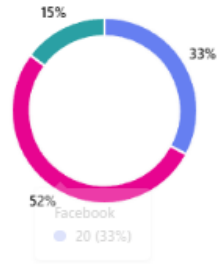
35. Cómo te gustaría enterarte de nuestras promociones y servicios? (0 punto)

● Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)	50
● Correo electrónico	11
● Mensajes de texto o WhatsApp	19
● Recomendaciones de amigos o conocidos	10
● Otra, cual sería.	0



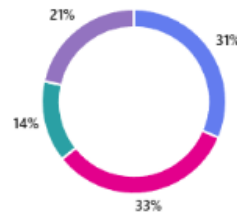
36. Si prefieres redes sociales, ¿cuáles utilizas con mayor frecuencia? (0 punto)

Facebook	20
Instagram	32
TikTok	9



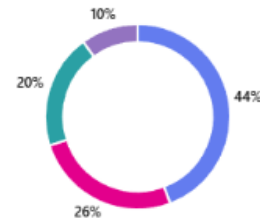
37. Con qué frecuencia te gustaría recibir información o novedades del spa de uñas? (0 punto)

Semanalmente	22
Quincenalmente	23
Mensualmente	10
Solo para eventos o promociones especiales	15



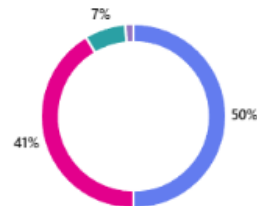
38. Estaría dispuesto a pagar por el servicio que mas usa en sus uñas? (0 punto)

Tradicional (esmaltes sin lampara) \$35.000 a \$44.000 Manos y pies	31
semipermanente (esmaltes secado con lampara): \$45.000 a \$55.000 solo manos	18
Acrílicas (base con acrílico y secado en lampara): \$65.000 a \$75.000 solo manos	14
press on (uña postiza pegada con pegamento o presión): \$55.000 a \$65.000 solo manos	7



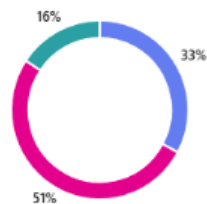
39. Qué tan importante es para ti el precio al elegir un servicio en un spa de uñas? (0 punto)

Muy importante	35
Importante	29
Poco importante	5
No es importante	1



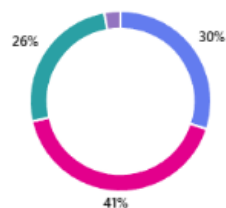
40. Qué tipo de promociones preferirías recibir? (0 punto)

● Descuentos directos	23
● Combos de servicios a precio especial	36
● Programas de fidelidad con beneficios acumulativos	11



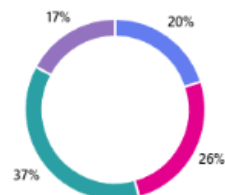
41. Qué tipo de promoción te atrae más? (0 punto)

● Descuentos en servicios individuales (ejemplo: 10% de descuento en manicure)	21
● Promociones por paquete (ejemplo: manicure y pedicura a precio especial)	29
● Programas de fidelidad (ejemplo: acumula puntos y obtén servicios gratis)	18
● Sorteos o rifas con premios relacionados (ejemplo: un set de esmaltes premium)	2



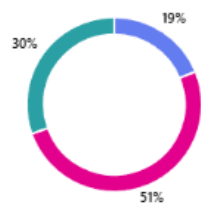
42. Con qué frecuencia te gustaría que el spa ofrezca promociones? (0 punto)

● Semanales	14
● Quincenales	18
● Mensuales	26
● Fechas especiales (como aniversarios o días festivos)	12



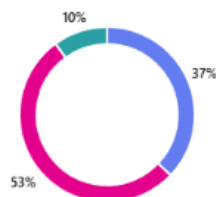
43. Qué horario prefieres para recibir el servicio en el centro de spa de uñas? (0 punto)

● Mañanas (8:00 a.m. - 12:00 p.m.)	13
● Tardes (12:00 p.m. - 6:00 p.m.)	35
● Noches (6:00 p.m. - 9:00 p.m.)	21



44. Qué tan importante es para ti que haya disponibilidad inmediata de productos o servicios? (0 punto)

● Muy importante	26
● Importante	37
● Poco importante	7
● No es importante	0



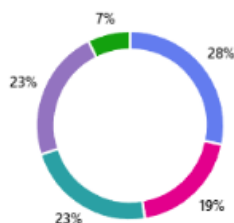
45. Qué tan importante es para ti la puntualidad en la atención? (0 punto)

● Muy importante	39
● Importante	29
● Poco importante	2
● No es importante	0



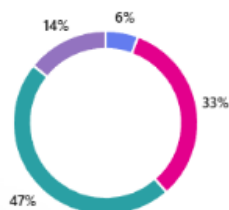
46. Qué características buscas en un servicio de arreglo de uñas? (Puedes elegir más de una opción) (0 punto)

● Limpieza e higiene	50
● Variedad de diseños	34
● Uso de productos de alta calidad	40
● Amabilidad del personal	40
● Rapidez en el servicio	13



47. Con qué frecuencia visitas un salón de belleza para el arreglo de tus uñas? (0 punto)

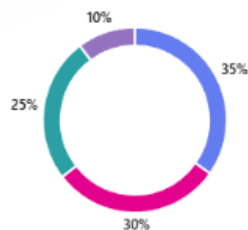
● Semanal	4
● Quincenal	23
● Mensual	33
● Solo para ocasiones especiales	10



Qué cualidades valoras más en el personal que brinda el servicio? (Puedes elegir más de una opción) (0 punto)

48. Qué cualidades valoras más en el personal que brinda el servicio? (Puedes elegir más de una opción) (0 punto)

● Amabilidad y cortesía	48
● Profesionalismo y experiencia	41
● Paciencia y atención al detalle	35
● Rapidez sin afectar la calidad	14



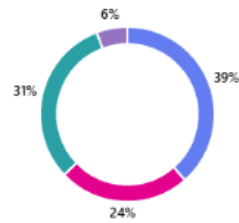
49. Qué tan importante es para ti la apariencia personal del personal (uniformes, limpieza, etc.)? (0 punto)

● Muy importante	29
● Importante	39
● Poco importante	2
● No es importante	0



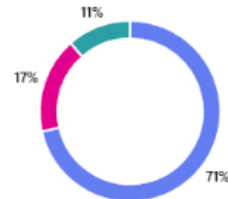
50. Qué tecnologías te gustaría que implementáramos en el spa? (0 punto)

● Reservas en línea a través de una página web o app	27
● Pagos electrónicos rápidos (Nequi, Daviplata, QR, etc.)	17
● Pantallas interactivas con catálogos de diseños de uñas	22
● Uso de dispositivos avanzados para tratamientos (como lámparas LED de última generación)	4



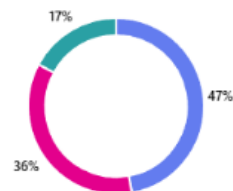
51. Te interesaría que usemos inteligencia artificial o sistemas digitales para personalizar tu experiencia (como recomendaciones de diseños o tratamientos)? (0 punto)

● Sí, me parece interesante	50
● No, prefiero la interacción directa con el personal	12
● Depende de cómo se implemente	8



52. Qué tendencias tecnológicas te llaman más la atención? (0 punto)

● Realidad aumentada para probar diseños de uñas antes del servicio	33
● Seguimiento digital de citas y servicios anteriores	25
● Uso de dispositivos inteligentes para cuidado de uñas en casa	12



2. Evidencia de la segunda encuesta

<https://forms.office.com/r/nDWHtPDqFc?origin=lprLink>

1. ¿Te parece atractiva y acogedora la distribución del spa de uñas que se te muestra?

1 zona de recepción 2 zona de trabajo 3 sala de espera 4 baño 5 zona de desinfección 6 zona de alacena (0 punto)

3
Respuestas

Respuestas más recientes

"Si"

"Si"

"Si"

2. ¿Consideras que el espacio está bien organizado y es fácil para caminar? (0 punto)

3
Respuestas

Respuestas más recientes

"Si"

"Si"

"Si"

3. ¿Te gustaría ver algún cambio o mejora en la decoración o iluminación del spa? la imagen es una referencia de como se espera sea la iluminación y la decoración (0 punto)

3
Respuestas

Respuestas más recientes

"No"

"No"

"Se ve muy bien"

4. ¿Crees que el spa de uñas tiene suficiente privacidad y comodidad para los clientes? (0 punto)

3
Respuestas

Respuestas más recientes

"Si"

"Si"

"Si"

5. ¿Te sentirías cómodo/a recomendando este spa de uñas a amigos o familiares? (0 punto)

3
Respuestas

Respuestas más recientes

"Si"

"Si"

"Si"