



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**“SALON Y BARBERIA UN PROYECTO DE INVERSIÓN EN LA
CIUDAD DE MÉXICO”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ECONOMÍA

P R E S E N T A

ANA PAOLA MUÑOZ MORATILLA

Asesor: Mtro. RAYMUNDO MORALES ORTEGA



**Ciudad Universitaria, Cd. Mx.
junio 2021**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCION.....	4
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO PARA UN SALON Y BARBERIA.....	6
1. El producto en el mercado.....	6
1.1 Servicios, productos y usos.....	6
1.2 Normas de calidad y seguridad.....	6
1.3 Presentacion.....	8
2. Area de mercado.....	8
2.1 Población consumidora.....	10
2.2 Ingreso del consumidor.....	11
3.Comportamiento de la demanda.....	11
3.1 Características teóricas de la demanda.....	11
3.2 Situación actual.....	12
3.3 Encuesta.....	12
4. Comportamiento de la oferta.....	14
4.1 Situación Actual.....	14
5. El precio producto.....	16
5.1 Precios y Servicios.....	16
6. Comercialización.....	17
6.1 Medios de distribución.....	18
6.2 Promoción y publicidad.....	18
CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO.....	19
1. Localizacion.....	19
1.1 Macrolocalización.....	19
1.2 Microlocalización.....	25

2. Tamaño de la planta (capacidad instalada).....	26
3. Materias Primas.....	26
3.1 Características de las materias primas.....	27
3.2 Relación de proveedores principales.....	28
4. Proceso de producción.....	28
5. Maquinaria y equipo.....	28
5.1 Descripción y características básicas de la maquinaria y equipo.....	29
5.2 Selección de equipo y maquinaria.....	33
5.3 Ilustración del equipo.....	34
6. Requerimiento de mano de obra.....	38
7. Descripción general de las instalaciones.....	38
7.1 Obra civil.....	38
7.2 Distribución de los equipos.....	39
7.3 Diagrama de flujo.....	40
CAPÍTULO III: ESTUDIO ECONÓMICO.....	41
1. Estimación de la inversion.....	41
1.1 Inversión Fija.....	41
1.2 Inversión Diferida.....	45
1.3 Capital de trabajo.....	46
1.4 Resumen de inversiones.....	49
2. Depreciación.....	50
3. Amortizacion.....	51
CAPITULO IV: ESTUDIO DE EVALUACION FINANCIERA.....	52
1. Presupuesto de ingresos y egresos.....	52
1.1 Estado de resultados o de perdidas y ganancias.....	54

1.2 Flujo neto de efectivo.....	55
2. Valor Presente Neto (VPN).....	57
3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	58
4. Relación beneficio/costo (B/C).....	58
5. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	59
6. Punto de Equilibrio (PE).....	60
7. Estructura Organizativa del proyecto.....	61
CONCLUSIONES.....	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65

INTRODUCCION

Este proyecto de inversión describe la creación de un salón y barbería en la Ciudad de México, es importante contar con una evaluación previa para tener los datos necesarios para poner en marcha un negocio como lo son: costos, trámites, equipo y mobiliario, el personal requerido, los productos y la calidad de ellos, entre otros.

Los servicios que se ofrecerán por este proyecto están formados por las actividades de peluquería y estética, un servicio que incluye tanto a hombres, como mujeres y niños y además tendrá productos complementarios.

El proyecto se instalará en la Ciudad de México, en la Alcaldía Gustavo A Madero, el objetivo es tener un negocio rentable y debido a que se observa que hay bastante competencia, los servicios que se ofrecen serán, respecto a la peluquería; el asesoramiento de imagen en diferencias de las variaciones y tipos de rostros, en el ámbito de la colorimetría los cambios que se ajustan a cada una de nuestras clientas llegando a la satisfacción de su imagen personal, los cortes otorgando innovación con el equipo altamente sofisticado. Por último los tratamientos necesarios para cada cliente para el mantenimiento y color de su cabellera y barba.

Además de ofrecer un alto valor agregado contará con un mobiliario de primera sin ser tan caro, con esto se garantiza que cualquier competencia tendrá diferentes barreras a la entrada para poder igualar a este salón y barbería, a diferencia de la competencia se caracterizará por ser un establecimiento más actualizado ofreciendo un servicio personalizado y diversificado con altísima calidad, ofreciendo los mejores productos, técnicas para el cuidado y mantenimiento del cabello.

Derivado de la tendencia de verse y sentirse bien, aplicable en la actualidad para mujeres y ahora también para hombres, esto abrirá un precedente para tener una gran oportunidad de éxito, la creación de un Salón- Barbería, donde cada uno de los clientes, tendrá su espacio para sentirse tranquilo y reconfortante en su ambiente, con lo que desea en su imagen y un gran asesoramiento; estos sitios al día de hoy, dejaron de ser

solo un corte de cabello, ahora dará la oportunidad a sus clientes de tener un centro de compañía, platica y diversión para la mejora de sí mismo.

Hipótesis

La hipótesis es que este proyecto de inversión tendrá probabilidad de éxito debido a su ubicación ya que se encuentra en una zona con un nivel de ingreso medio-alto, con un gran número de habitantes los cuales podrán acudir con regularidad a los servicios personalizados que ofrece el cuidado de su imagen. De acuerdo a la oferta existente este proyecto va a pasar a cubrir una parte de la demanda insatisfecha con productos de altísima calidad y atención personalizada.

Este proyecto está organizado en cuatro capítulos además de la introducción las conclusiones y bibliografía que son:

Capitulo I.: En el primer capítulo se va a desarrollar el estudio de mercado que pretende determinar cuál sería la demanda insatisfecha, así como de cuál es el perfil del cliente que visitará esta microempresa.

Capitulo II.: Se determinará cual será el panorama que ofrece los aspectos geográficos tanto macro como micro localización, los servicios que se necesitan en el proyecto, el tamaño ideal para así poder conocer el mobiliario que se tendrá que instalar.

Capitulo III.: El tercer capítulo corresponde al estudio económico que reunirá toda la información que determinará la cantidad de recursos económicos para poderse instalar.

Capitulo IV.: En el cuarto capítulo, se expondrá la Evaluación Financiera que permitirá conocer la viabilidad del proyecto en términos económicos es decir la utilidad que generara. Por último se tendrán las conclusiones y la bibliografía que se utilizó para el desarrollo de este proyecto de inversión.

CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO

Capitulo I.: En el primer capítulo se va a desarrollar el estudio de mercado que pretende determinar cuál sería la demanda insatisfecha, así como de cuál es el perfil del cliente que visitará esta microempresa.

1. El Producto en el mercado

En México la industria de la fabricación de productos de belleza y servicios genera un crecimiento constante con un estimado de 154,000 millones de pesos. De acuerdo con Expo Belleza Fest, expuso, que las estéticas y salones de belleza en Latinoamérica han crecido 11% anual, colocándose como el segundo sector más importante de la industria. (Forbes febrero 2018). Este proyecto describe la creación de un salón de belleza y barbería cuyas actividades están englobadas en el sector de servicios personales dedicados al cuidado de la imagen.

1.1 Servicios, productos y usos.

Los servicios que ofrecen los estilistas; asesoramiento de imagen y tratamientos en relación a:

Los cambios de coloración de cabello, cortes, y peinados; servicios de Barbería que son: delineados, afeitados, bigote entre otros.

1.2 Normas de calidad y seguridad

Se requieren personas que hayan estudiado en alguna escuela certificada, en este proyecto además del mismo dueño egresado de Joss Claude, se reclutara a gente con el mismo nivel de conocimiento.

Joss Claude escuela desde hace 30 años líder en estilismo, con participación de Antonio Bellver estilista español internacional ofrecen un sistema exclusivo e interactivo y de vanguardia.

Por lo tanto, tener una acreditación y certificación de conocimientos adquiridos, juega un papel importante a favor de la satisfacción en la imagen de los clientes.

Aunado a las certificaciones de todo el personal, se acude con regularidad a diferentes cursos donde les entrega una constancia de seguridad e higiene, así como el reglamento que se implementará en este proyecto.

Se debe tomar en cuenta la nueva normalidad en por la cual atravesamos meses anteriores con el COVID-19 tomando las medidas necesarias para salvaguardar la salud del personal y los clientes; considerando además que estos espacios al ser un lugar húmedo, las bacterias y hongos proliferan, lo que puede causar dermatitis, erupciones que son causas de comezón o alguna infección por los productos que se utilizan.

- Al iniciar cualquier servicio de barbería o de salón se deberán seguir los siguientes pasos.
- El cliente al entrar deberá portar su cubreboca de forma obligatoria y aplicar gel antibacterial
- El estilista/barbero se colocara su cubreboca, careta para mayor seguridad y guantes de neopreno para su seguridad sin excepción
- En el servicio de barbería después de utilizar una navaja se procederá a colocar en los recipientes denominados “residuos biológicos”
- Los peines, cepillos se colocan después de cada servicio en un recipiente con un líquido químico germicida para su desinfección
- Las tijeras y rasuradoras se esterilizan con un líquido especial de esterilización, sustancia química con germicida
- Las toallas, después de su uso se mandan a lavar y se procede a esterilizar en un aparato llamado esterilizador de toallas.

El objetivo de las certificaciones y reglas de seguridad e higiene es para que los clientes se sientan seguros al acudir a este espacio dedicado a la mejora de su imagen y potenciar la protección a la salud.

1.3 Presentación

Nombre: Salón y Barbería. The King Barber Shop

Localización: Calzada de los Misterios 692, Colonia Industrial, Ciudad de México



2. Área de Mercado: La población donde se instalará es en la alcaldía Gustavo A. Madero la cual cuenta con un millón ciento sesenta y cuatro mil cuatrocientos setenta y siete habitantes, siendo la segunda alcaldía más poblada de la Ciudad de México.

LAS ALCALDIAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Cuadro 1. PROYECCION POBLACIONAL 2010-2025

Alcaldía	No. de habitantes	No. de habitantes	No. de habitantes	No. de habitantes	VARIACIÓN
Azcapotzalco	414,711	400,161	386,121	372,000	
Coyoacán	620,416	608,479	596,772	585,000	
Cuajimalpa de Morelos	186,391	199,224	212,941	227,000	
Gustavo A Madero	1,185,772	1,164,477	1,143,564	1,123,000	
Iztacalco	384,326	390,348	396,464	402,000	
Iztapalapa	1,815,786	1,827,868	1,840,030	1,852,000	
La Magdalena Contreras	239,086	243,886	248,782	253,000	
Milpa Alta	130,582	137,927	145,685	153,000	
Álvaro Obregón	727,034	749,982	773,654	798,000	
Tláhuac	360,265	361,593	362,926	364,000	
Tlalpan	650,567	677,104	704,723	733,000	
Xochimilco	415,007	415,933	416,861	417,000	
Benito Juárez	385,439	417,416	452,046	489,000	
Cuauhtémoc	531,831	532,553	533,276	534,000	
Miguel Hidalgo	372,889	364,439	356,180	348,000	
Venustiano Carranza.	430,978	427,263	423,580	419,000	

Total 8,851,080 8,918,653 8,993,000 9,076,000

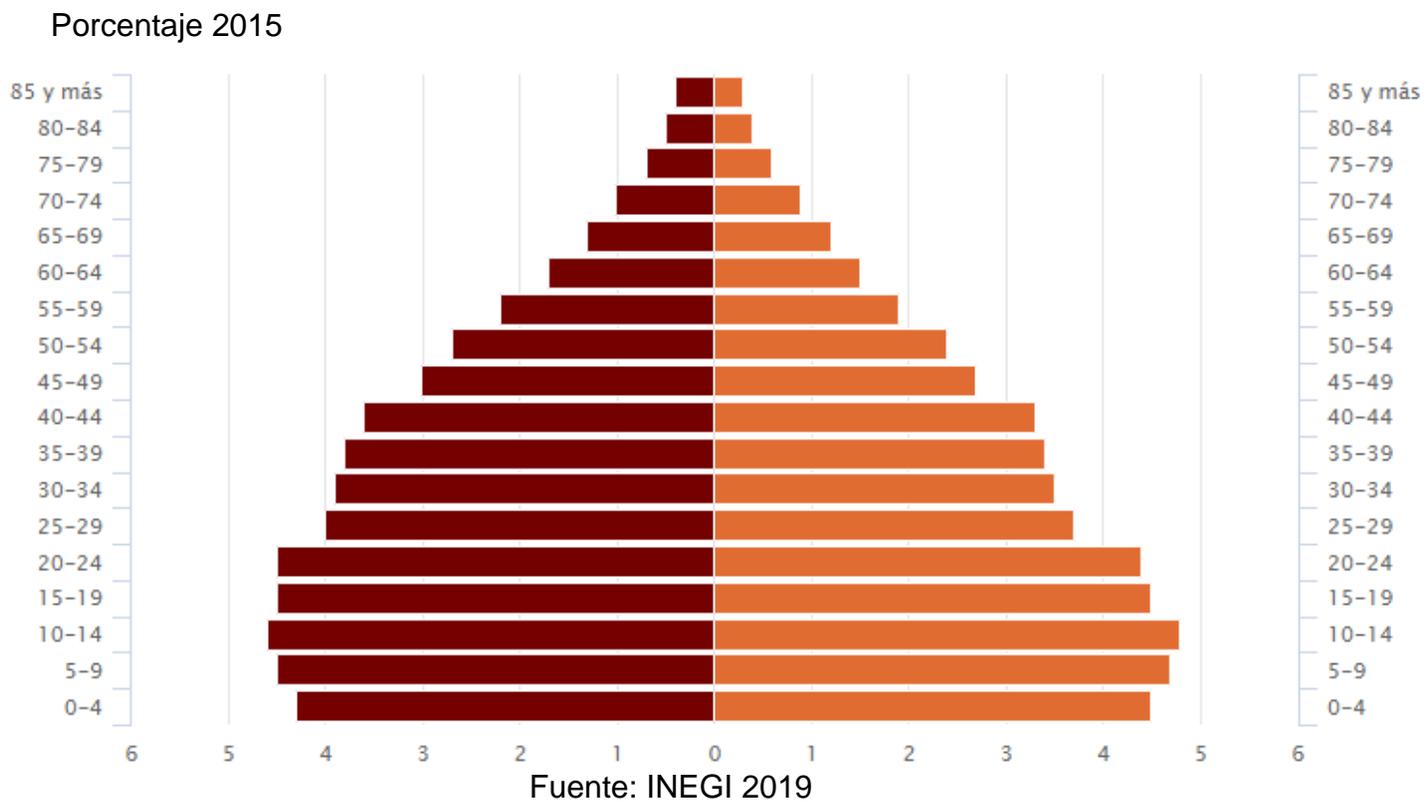
Elaboración propia con Datos de INEGI 2019

Se realizó una proyección de los habitantes para 2020 y 2025 se observó que la población ha ido en descenso, considerando que la alcaldía en mención es la segunda más poblada de la ciudad de México, no vemos ningún inconveniente que afecte al proyecto dicha disminución.

2.1 Población Consumidora

El grupo de destino será la población de la Ciudad de México, alcaldía Gustavo A Madero con trabajo regular y la posibilidad para adquirir un servicio adicional además de los alimentos básicos es decir, quien tenga un nivel de ingreso de más de dos a tres salarios mínimos diarios. Edad y sexo así como el nivel cultural no importan, el perfil de los usuarios de este establecimiento estará conformado por personas que desean cuidar su imagen, el cuidado del cabello, barba y que cuenten con un cierto nivel de ingreso mensual.

Cuadro 2. PIRAMIDE DE EDADES POR HOMBRE Y MUJER.



Al observar los datos mostrados por INEGI se observa que existen más hombres que mujeres lo cual será el mercado más potencial, considerando que un corte de cabello lo

puede utilizar desde un hombre o mujer a partir en su mayoría desde los 3 años hasta a la edad adulta.

Se considera que la gente entre el rango de edades de 30-34 años en adelante estarían dispuestos a pagar y adquirir los servicios que ofrece, ya que a esa edad se cuenta con una estabilidad laboral y sé es capaz de solventar este tipo de gastos donde algunos suelen ser costosos.

2.2 Ingreso del Consumidor

La investigación de las condiciones en la alcaldía Gustavo A Madero al ser la segunda más poblada, y por contener una gran diversidad de población; según estadísticas de INEGI , se observa que lideran los hombres en sus cuatro principales ramos, en primer lugar se tiene la división de trabajo de tipo profesional técnicos y/o administrativos, el segundo es el comercio, el tercero la industria y por último el no especificado.

En las mujeres al igual que los hombres, lidera el tipo profesional, en segundo lugar, el comercio y/o servicios, le sigue la industria y por último el no especificado.

Se muestra que los ingresos más altos se sitúan entre la población profesionista y los comerciantes independientes, esto nos dice que es de más de 2 salarios mínimo en comparación con otras alcaldías.

En el estudio que se realizó en la colonia Industrial, se sabe que es un lugar donde transitan muchas personas ya que al ser una avenida principal la Calzada de los Misterios tener una línea nueva de transporte como el metrobus, comercios que se dedican a la aplicación de uñas, una amplia gama gastronómica que da un cálculo de alta demanda del servicio de belleza que ofrecemos a todo el público en general.

3. Comportamiento de la demanda

3.1 Características teóricas de la demanda

Derivado de la actual coyuntura económica la sociedad busca una buena relación precio-calidad en los servicios demandados. Por tal motivo se detecta la creación de un salón y Barbería tratando de cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes,

manteniéndonos siempre con unos precios bajos acompañados por altos niveles de calidad.

La demanda de la creación de estos establecimientos se va diversificando. Se trata de personas básicamente que por diversos motivos acuden a un centro para cuidar su imagen externa. Cada vez que es más frecuente que además de preocuparse por su cabello, se acuda para recibir tratamientos de cuidado del mismo.

Se observa que el número de hombres que acuden a estos centros ha aumentado a la par de la población femenina.

3.2 Situación actual

Vivimos en un mundo obsesionado por la belleza, donde el aspecto físico tiene un papel determinante a la hora de conseguir un trabajo o un aumento salarial. Según un estudio de la Universidad de Harvard, liderado por los economistas Markus Mobius y Tanya Rosenblat, el atractivo físico se traduce en lo que denominan como *“Beauty Premium”* o, lo que es lo mismo, un plus de salario que puede oscilar entre un 10 y un 15%. No es de extrañar, por tanto, que la industria de la belleza esté al alza y que cada día descubra nuevos nichos de mercado hasta ahora poco explotados, como el hombre, y los millenials.

De acuerdo con datos de Euromonitor Internacional, la industria de la belleza y el cuidado personal en Mexico mantendrá su ritmo de crecimiento, hasta 2021, en torno a un 11%, a precios constantes (sin incluir inflación), de forma que, sólo en nuestro país, el valor de este mercado podría alcanzar un valor superior a los 154,000 millones de pesos (o más, según la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos de México, Canipec, la cual valora la industria de la belleza en nuestro país en torno a los 9,000 mdd), colocando al mercado mexicano en el lugar número 12 del mundo, con interesantes perspectivas de crecimiento.

3.3 Encuesta

La siguiente encuesta se llevará a cabo a la población que transita por la ubicación del nuevo proyecto con la finalidad de conocer los servicios de belleza y barbería mas solicitado de la región, va dirigido a hombres y mujeres de diversas edades.

Cuestionario

- 1.- ¿Con que frecuencia acudes a cortarte el cabello?
 - a) Cada 8 días
 - b) cada dos semanas
 - c) Cada mes
 - d) cada dos meses
 - e) no acudo a cortarme el cabello a ningún lugar

- 2.- ¿Vas al mismo lugar a cortarte el cabello?
 - a) si, siempre voy al mismo lugar
 - b) No, busco nuevos lugares para conocer
 - c) no voy a estéticas o peluquerías

- 3.- ¿Cuándo tienes algún evento social sueles acudir a una estética?
 - a) Si, para todos los eventos voy a una estética
 - b) A veces
 - c) No, nunca voy

- 4.- ¿Cuánto pagas por un corte de cabello?
 - a) 50 a 200
 - b) 200 a 350
 - c) 350 a 500
 - d) 500 y mas

- 5.- ¿Que otros servicios pagas cuando vas a una estética?
 - a) Peinados
 - b) baños de color
 - c) luces/retoque de color
 - d) tratamientos capilares

- 6.- ¿Con que serias fiel a una estética o peluquería?
 - a) Promociones y descuentos
 - b) que fuera muy lujosa
 - c) que realicen cortes y peinados de última moda
 - d) todas las anteriores

- 7.- ¿Con que frecuencia cambias tu corte de cabello?
 - a) Cada mes
 - b) cada tres meses
 - c) Cada seis meses
 - d) cada año

- 8.- ¿Por qué razón escoges una Estética o Peluquería?
 - a) Precio
 - b) ubicación
 - c) Recomendación
 - d) Por los múltiples servicios que ofrece

9.- ¿Qué tan cerca está la peluquería o estética a la que asistes?

- a) En la misma colonia
- b) siguiente colonia
- c) en la misma alcaldía
- d) en otra alcaldía

10.- ¿Con quién acudes frecuentemente a la estética?

- a) Solo(a)
- b) con un amigo(a)
- c) con un familiar

11.- Compras el producto recomendado por tu estilista y/o Barbero

- a) Si
- b) No
- c) A veces

4. Comportamiento de la oferta

4.1 Situación actual

En la localidad de la colonia industrial, la competencia de este proyecto está compuesta por:

Una estética llamada "The Wordl" ubicada en la calle de rio blanco, la cual ofrece los servicios de colorimetría, cortes de cabellos, peinados es atendido por una mujer y un chico, su decoración es de madera, poco iluminado, es un lugar pequeño por lo cual presentaría una debilidad ante el proyecto.

"The Visio" estética ubicada en la calle Rio Blanco a dos calles del salón casualmente a un costado y de frente a The Wordl a diferencia de ella, este negocio cuenta como mucha iluminación y esta ubicado en una esquina lo cual hace el espacio mucho más reducido y se observa que al no haber tanto cupo, tiene a la gente sentada fuera del negocio para esperar sus servicios, es atendido por dos hombres.

Se observa que se realizan los servicios básicos de colorimetría y cortes de cabello tanto en dama como en caballero.

Un negocio más Fashion Bar Boutique donde se especializan en peinados para dama y colocación de pestañas en sus diferentes presentaciones, así como masajes para reducción de peso

Se observa que para los procesos propios de estética los productos que utilizan son de una categoría media, la cual con el paso del tiempo podría dañar el cabello a los clientes. La oveja negra una Barbería destinada únicamente a caballeros, se trabaja bajo estricta cita, trabajadores inestables, se muestra buena calidad de mobiliario en contraparte con precios sumamente excesivos.

The crazy Hair estética destinada al servicio para mujer únicamente se detecta horarios diferidos, decoración de nula vanguardia, productos de muy baja calidad para la ubicación en que se encuentra.

Se detecta a la competencia con algo de vanguardia, un fad truck camión tipo barbería, donde lo único que realizan es todo lo relacionado a Barbería, derivado de la colonia en que se ubica se debe ofrecer un mobiliario de alta calidad, por lo que carece de este, solo cuenta con un sillón para el corte de cabello y es un poco inestable la estadía ahí mismo, además de tener costos elevados y no se ofrece un servicio de calidad a los clientes.

Cuadro 3. PRECIOS COMERCIOS DE LA ZONA.

NOMBRES	SERVICIOS	PRECIOS \$
Salon The Wold	corte H	200.00
	Corte M	450.00
	Peinados	190.00
	maquillaje	500.00
	color	900.00
	luces	2,000.00
Salon The Visio	corte H	200.00
	Corte M	380.00
	peinados	200.00
	color	850.00
	luces	1,800.00
Fashion Bar Boutique	peinados	200.00
	pestañas	750
	masajes	2,500.00
Barberia La Oveja Negra	Corte H	230.00
	diseño barba	280.00
	afeitado barba	320.00
	bigote	120.00
The crazy Hair	corte M	180.00
	peinado chong	350.00
Fad Truck Barberia	corte H	200.00
	diseño barba	230.00
	afeitado barba	200.00
	bigote	100.00

Fuente: Elaboración propia con base a precios de comercios de la zona.

5. El precio producto

5.1 Precios y Servicios

Para establecer los precios de los servicios ofrecidos se ha decidido optar por una estrategia de penetración en el mercado, ya que la empresa es nueva y necesita captar clientela. Por ello, los precios serán ligeramente inferiores a los de la competencia manteniendo siempre unos estándares de calidad.

Los ingresos producidos por los servicios de peluquería serán íntegramente para la empresa, mientras que los ingresos provenientes de los servicios de estética

corresponderán en un 70% al personal externo que los realice y el 30% restante para la empresa. Considerando que una persona encargada de la barbería contempla al estilista.

Por tanto, los precios serán los siguientes:

Cuadro 4. PRECIOS DEL PROYECTO (pesos).

SALÓN Y BARBERIA "THE KING BARBER SHOP"			
BARBERIA		SALON	
Servicio	Precio \$	Servicio	Precio \$
Corte King	10	Corte Queen	12
Jr.	8	Jr.	8
diseño barba	15	Luces	1,60
Afeitado	18	Retoque	55
bigote	8	Baño de color	60
		Peinados	18

Fuente: Elaboración propia con base a competencia

6. Comercialización

El plan de comercialización que se optará para este proyecto serán acciones estratégicas para la captación de la población.

Los servicios prestados por este negocio se van a poner a disposición de la clientela exclusivamente como venta directa al/la cliente/a: Las personas deberán desplazarse al local para recibir la prestación los servicios ofertados por el negocio.

6.1 Medios de Distribución

Los medios de distribución serán volantes, en las zonas de trabajo, escuelas, paradas del metrobus, centros comerciales, anuncios en folletería de la colonia, anuncios en periódico. De este modo, obviamente, se garantiza mayor cobertura, difusión y disponibilidad del proyecto.

6.2 Promoción y publicidad

Las estrategias para la promoción y publicidad del proyecto serán las siguientes:

a. Marketing one to one. Consistente en la personalización de la oferta en función de las necesidades de la clientela.

b. Marketing directo. Para ello, el proyecto llevará a cabo acciones publicitarias directas mediante:

I. Mailing. Es un tipo de marketing directo mediante el cual se envía información publicitaria a través del correo electrónico.

II. Se dispondrá de página web en la que dar publicidad a todos sus servicios.

III. Se contará con redes sociales del proyecto para tener más captación en los perfiles de los clientes.

c. Marketing indirecto. Será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas, ya que el éxito del proyecto dependerá de la calidad de los servicios.

d. Obsequio de tarjetas de descuentos en su primera visita.

CAPITULO II. ESTUDIO TÉCNICO

1. Localización

1.1 Macrolocalización

1.1.1 Aspectos geográficos

La colonia industrial se encuentra ubicada al norte de la ciudad de México en la zona centro sur de la alcaldía Gustavo A Madero, con las coordenadas geográficas 20°24'20"N 98°11'46"O cercada por el eje 4 norte, Euzkaro al norte; la Calzada de Guadalupe al Oriente, el eje 3 norte, Av. Alfredo Robles Dominguez al sur, Real del Monte y una pequeña parte de Avenida de los Insurgentes al Poniente. Colinda con las colonias: Tepeyac Insurgentes al Norte, Estrella y Guadalupe Tepeyac al Oriente, Vallejo al Sur y Guadalupe Insurgentes al Poniente.

La colonia se caracteriza por la nomenclatura de sus calles, las cuales llevan nombres de industrias, fábricas o empresas de la época como son: Victoria, Excelsior, Necaxa, Fundidora de Monterrey, Cruz Azul, La Corona, etcétera.

Geografía. La colonia se encuentra asentada en una zona plana con unas ligeras irregularidades, y es conformada por un polígono casi rectangular, con una superficie aproximada de 1.5km².

La geografía de la colonia Industrial se encuentra cimentada en un suelo catalogado como tipo III en el Reglamento de Construcciones del D.F., que es el tipo con menor resistencia, y eso la hace muy propensa a hundimientos de edificios de tres a cuatro pisos de alto. Este fenómeno se debe a que como se sabe la Ciudad de México fue un lago y la mayor parte de la ciudad tiene este problema de hundimientos debido a la inestabilidad del terreno donde se encontraba el lago y no se debe olvidar que hasta finales del Siglo XIX aún existían pequeñas lagunas en la zona de la colonia, así como la desviación del Río Guadalupe que pasaba entre las Avenidas Buen Tono y Huasteca.

Servicios: Parques. La colonia cuenta con tres parques de los cuales destacan dos por su tamaño, el María Luisa al norte, tiene forma de media Luna y el María del Carmen al sur tiene forma de cuadrado (cabe señalar que originalmente ambos parques estaban planeados en forma de cuadrado, pero antes de su construcción la forma del parque María Luisa se modificó a la actual) los cuales están comunicados por la Avenida Rómulo Escobar Zerman que originalmente se llamó Avenida de Los Parques y que al igual que la calle Progreso tiene un delgado camellón con palmeras en el centro; el tercer parque es el llamado Parque Guadalupe, se localiza en la zona nor-oriental y fue dividido para permitir una mejor circulación del eje 4 norte Euzkaro. El parque María Luisa cuenta con un Kiosco y una pequeña Biblioteca, llamada José López Portillo y Rojas, mientras que el María del Carmen cuenta con una fuente, la cual hace años dejó de funcionar, pero que es icónica del parque y donde se pueden ver las iniciales de la colonia, CI, y la fecha de fundación (1926).

Escuelas. También en la colonia se encuentran varias escuelas de educación básica destacando el antiguo Internado Mier y Pesado (Arq. Manuel Cortina García) de estilo art-deco y que debido a su tamaño y singular forma que recuerda a una araña y su parecido en cierto modo a un castillo. También destacan las escuelas primarias Jesús Romero Flores y Emiliano Zapata las cuales originalmente eran una sola escuela llamada únicamente Emiliano Zapata, diseñada por Juan O'Gorman, con tres murales de Pablo O'Higgins, titulados La realidad del trabajo y las luchas, La vida y los problemas sociales y La quema de códices; estas dos escuelas se localizan en una manzana que sirve de remate de la avenida Victoria y que comparten con el Jardín de Niños Ángel del Campo. Tanto el internado Mier y Pesado como la Primaria Emiliano Zapata fueron proyectadas y al mismo tiempo que la colonia y construidas durante los siguientes años.

Recintos religiosos. La colonia cuenta con una iglesia al norte, llamada Parroquia Asunción de María, esta parroquia fue la capilla de Tepalcatitlán que con frecuencia era utilizada para depósito de cadáveres y con el paso del tiempo perdió el techo, las puertas y el altar; los restos de la construcción todavía se pueden ver en la puerta lateral de la calle de Unión ostentando la fecha de 1773, siendo también notable en la calle de La Esperanza. La fecha de re-apertura al culto fue el 12 de junio de 1931. El 2 de febrero de 1936 se colocó la primera piedra de la actual iglesia de La Asunción, y en octubre de

1941 se abrió al culto. En abril de 1943 se inició el bello decorado interior y el 8 de febrero de 1944 fue elevada a la categoría de parroquia, estrenando su altar el 14 de febrero de 1947.

También la colonia al tener el límite al oriente con Calzada de Guadalupe, dentro de esta hay un tramo de la Calzada de los Misterios, en ese tramo de la colonia se pueden encontrar 5 de esos monumentos que de hecho son cinco de los siete monumentos nuevos que se edificaron en 1999 para sustituir los destruidos, siendo la colonia con más de estos monumentos dentro de sus límites.

Comercios. Solo tiene el mercado de la colonia, el Ramón Corona, que se localiza cerca del parque Ma. Luisa donde se puede comprar verduras, frutas, carne, entre otras cosas y que es de hecho en parte el mercado original aunque ampliado; por esta razón la colonia Industrial depende de las grandes tiendas de autoservicio que se encuentran en las colonias vecinas aparte de sus propias "tienditas" y del mercado. Los centros comerciales más cercanos son: Parque Lindavista, Plaza Tepeyac, la tienda Soriana Tepeyac y Plaza Misterios.

Transporte. Tres estaciones importantes del Metro que conectan a la colonia son Potrero, Deportivo 18 de marzo y la Villa basílica, también comunica con las estaciones del Metrobús, Talisman de la nueva línea que va de indios verdes a campo marte. Otros transportes que pasan por la colonia son el Trolebús, línea LL (San Felipe de Jesús - Metro Hidalgo); y algunas rutas de microbuses con destinos principalmente al Centro Histórico y La Merced.

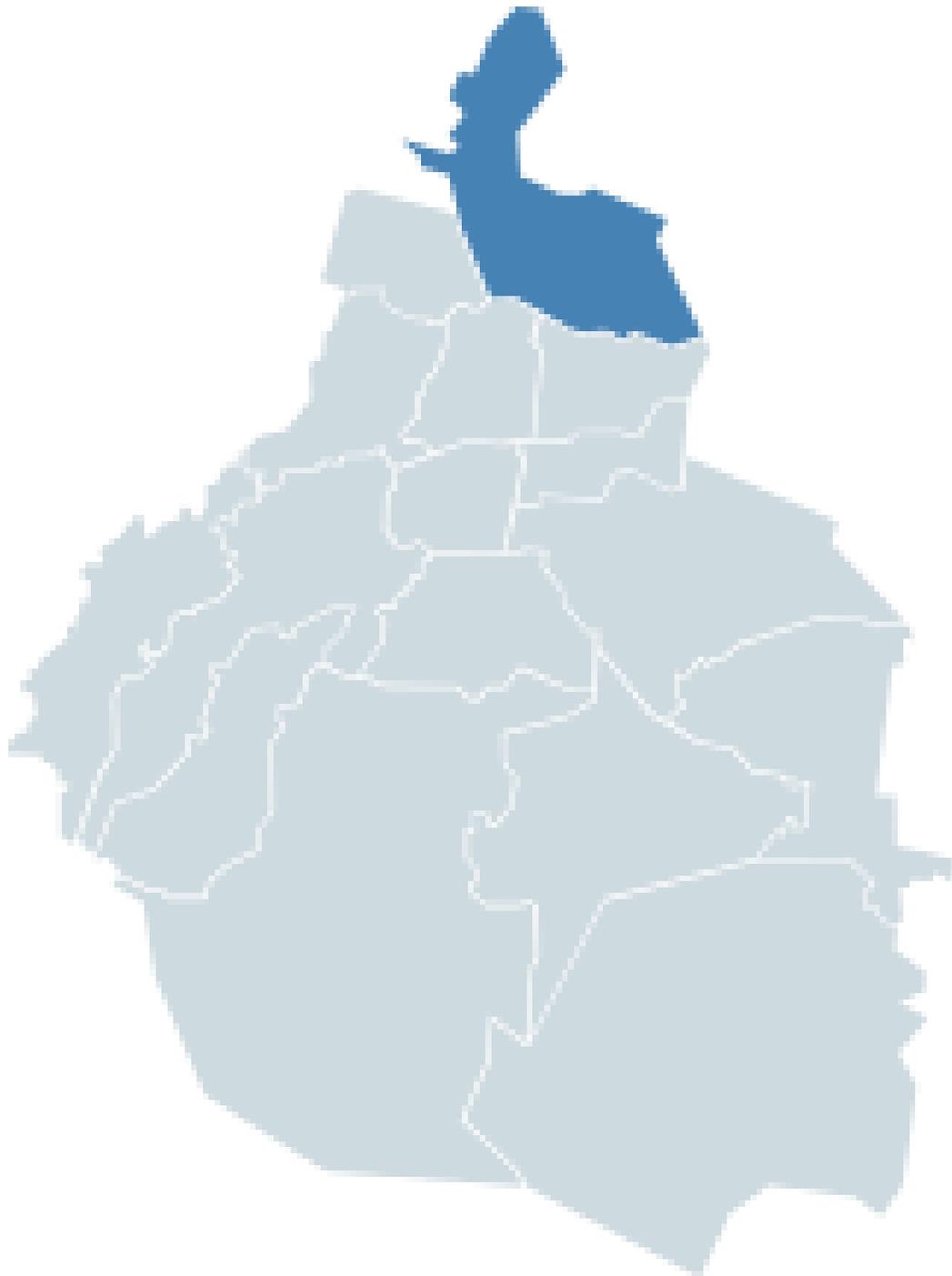
(Fuente: Facebook colonia industrial oficial)

Mapa 1. MAPA CIUDAD DE MEXICO.



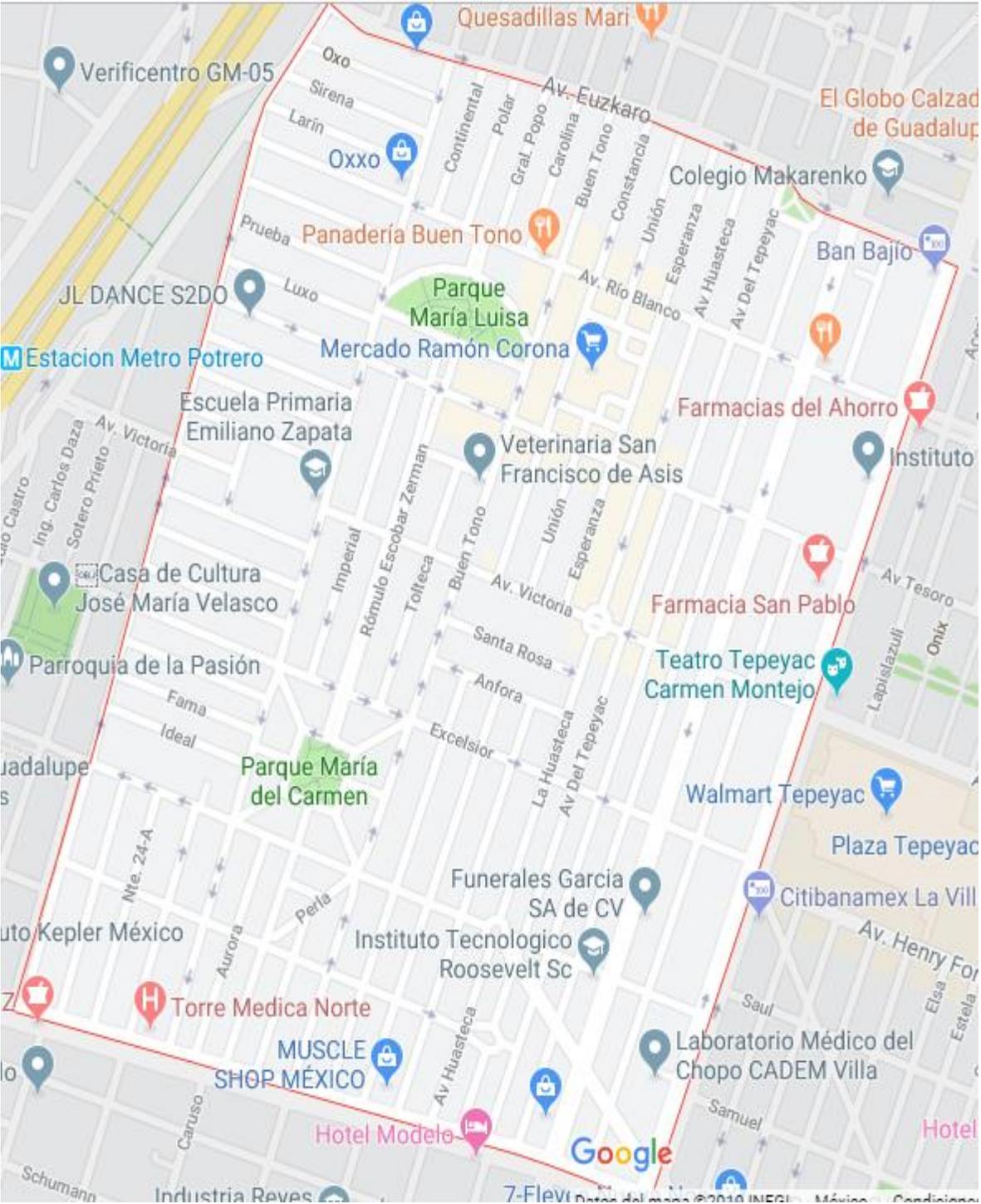
Fuente: Google maps 2020

Mapa 2. ALCALDIA GUSTAVO A. MADERO.



Fuente: Google maps 2020

Mapa 3. COLONIA INDUSTRIAL ALCALDIA GUSTAVO A. MADERO, CIUDAD DE MÉXICO

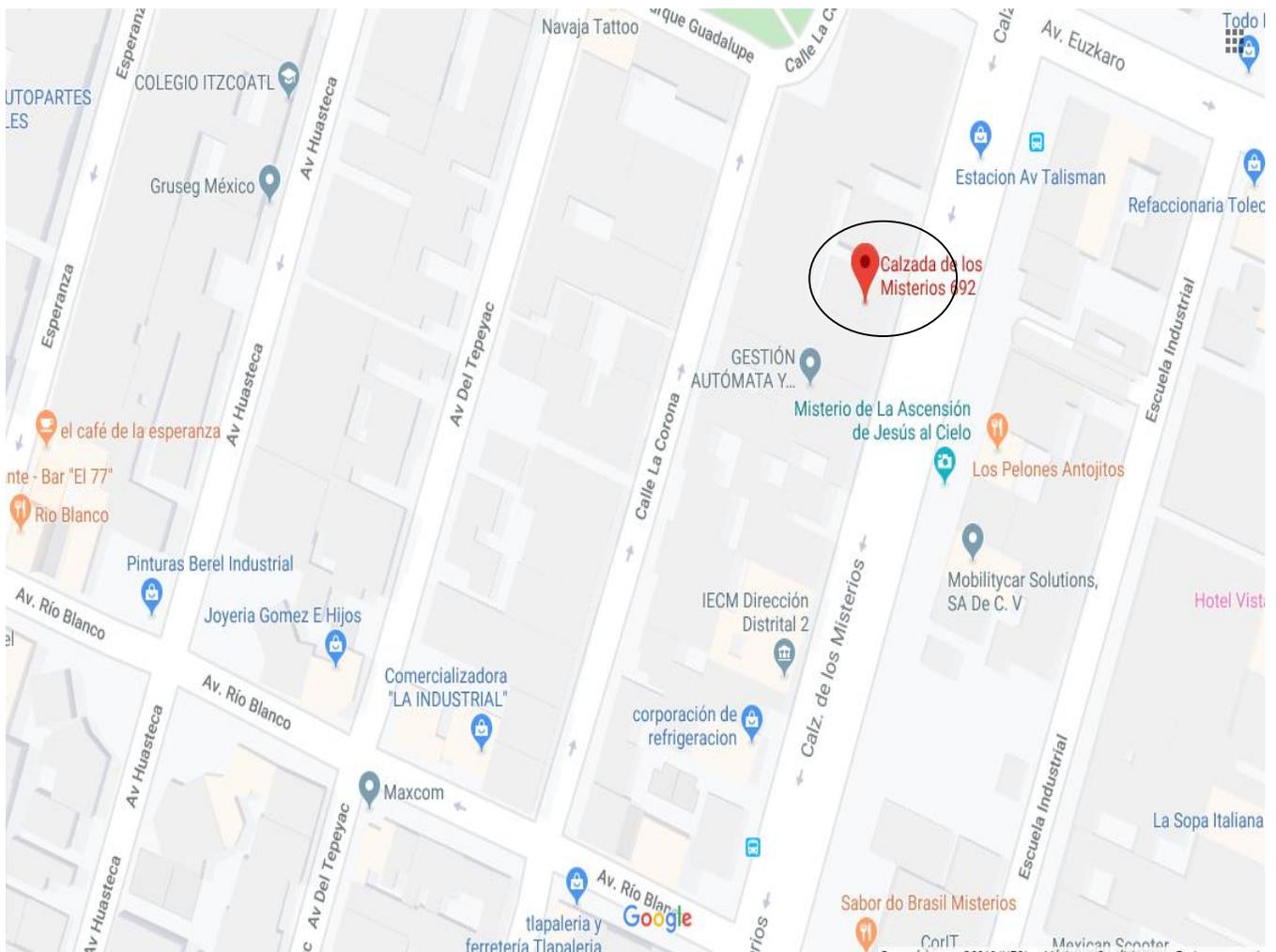


Fuente: Google maps 2020

1.2 Microlocalización

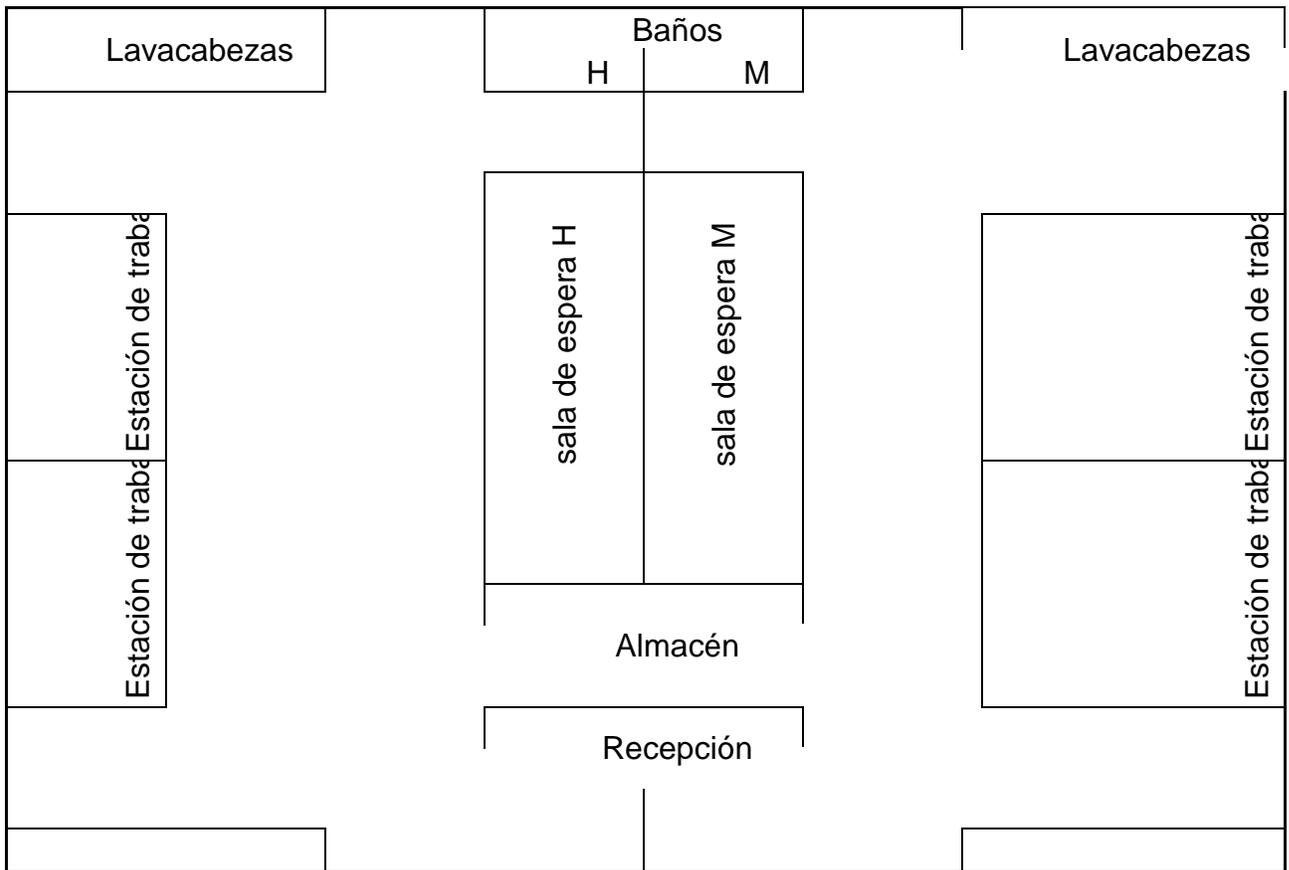
El análisis realizado de la microlocalización derivado de la macro se establece en la calzada de los Misterios 692 colonia industrial en la Ciudad de México, se trata de una casa habitación la cual cuenta con un local de 40 metros cuadrados en la parte inferior y en la superior es usado como casa habitación, el local se rentará con un costo de \$10,000.00 pesos mensuales.

Mapa 4. MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Google maps

2. Tamaño de la planta (capacidad instalada)



Fuente: Elaboración propia con medidas del terreno del proyecto

Para este negocio se precisa un local con una superficie de 40 m², dividido en dos partes:

Zona de peluquería con una superficie de 20 m² y la zona de Barbería con una superficie de 20 m².

3. Materias Primas

La compra de materias primas para este proyecto es de suma importancia, se debe tomar en cuenta la cantidad (volumen), la calidad, precio y tiempo que los proveedores nos brinden.

Los requerimientos de materias primas para ofrecer el servicio son:

- | | |
|---------------------|------------------------|
| - Tintes | - Decolorantes |
| - Peróxido | - Tratamientos (botox) |
| - Shampo | - Acondicionador |
| - Termoprotector | - Mascarillas |
| - Ampolletas | - Gel para afeitar |
| - Navajas | - Loción after shave |
| - Aceites pre shave | - Cera para cabello |
| - Serum | - Talco |
| - Spray | |
| - Gel para cabello | |

3.1 Características de la materia prima.

Es importante conocer las características de la materia prima a ofrecer, las cuales son:

- El cabello deberá quedar suave y lustroso.
- Limpieza completa del cabello y cuero cabelludo, pero sin desengrasar en extremo.
- El champú deberá producir espuma espesa y cremosa, pero que al mismo tiempo sea fácilmente enjuagable no contener sulfatos o parabenos.
- Los decolorantes y peróxidos no tendrán acción nociva sobre la piel y cuero cabelludo
- La consistencia del gel, aceites, lociones, ceras y pomadas ndeberá ser viscosa, para que no se caiga de las manos y al aplicarlo sea fácilmente extendible.
- Las materias primas deberán tener olor, apariencia y color agradables, para causar una buena impresión antes de su uso.
- El champú no deberá interferir con los permanentes y tintes.
- Después de la aplicación de un tratamiento, el cabello deberá ser fácilmente manejable en el secado, peinado y no deberá existir resequedad en el cuero cabelludo.

3.2 Relación de proveedores principales

Algunas materias primas como navajas, gel, spray, tintes, peróxidos y decolorantes pueden ser adquiridos en tiendas especializadas a la venta de productos de belleza, en especial en la calle de Alhondiga y Corregidora y sus alrededores en el centro de la Ciudad de México o bien los Peróxidos, tintes y tratamientos ser suministrados por un proveedor especializado en la venta de estos productos.

En esta ocasión el proveedor que se encarga de surtir los tintes y peróxidos para el cabello es la marca Revlon, la cual cada determinado tiempo un representante de dicha marca nos visita en las instalaciones para el restock de material que se ha ocupado.

En cuanto al mobiliario, se acudió con un proveedor de gran prestigio de nombre FAMUSA MUEBLES se visualizaron los muebles para el área de barbería y los espejos para el área de damas por internet y la selección se llevó a cabo en su showrrom.

4. Proceso de Producción

El salón y Barbería se abre a las 08:00 hrs; se prenden las luces del inmueble, se limpia el área de trabajo reforzando la limpieza final de un día anterior, a las 08:30 horas se inician operaciones para atender a la clientela.

El proceso de producción se divide en 3 pasos:

Paso 1: El cliente acude a recepción, confirmando el servicio elegido

Paso 2: Se procede a pasar al cliente al lavacabezas.

Paso 3: se pasa al cliente a la estación de trabajo para proceder con el servicio de su elección.

5. Maquinaria y Equipo

Las máquinas que se utilizan en este proyecto cumplen diferentes objetivos y características. Según el servicio a elegir se plantea la elección de la maquinaria y equipo.

5.1 Descripción y características básicas de la maquinaria y equipo

Herramientas de trabajo

5.1.1 Máquinas de corte y/o rasuradoras

La máquina de afeitar, rasuradora o rasuradora eléctrica es un pequeño electrodoméstico que se utiliza para el afeitado masculino.

La máquina de afeitar es accionada por un pequeño motor y tiene un cabezal con cuchillas que cortan el pelo que entra por unos orificios a nivel de la piel. Puede conectarse a la red eléctrica o utilizar pilas desechables.

5.1.2 Tijeras varias

Tijera de corte: instrumento para cortar cabello, que consiste en dos hojas metálicas, con filo por uno de sus lados, generalmente acabadas en punta en uno de sus extremos y con un ojo en el otro extremo para introducir los dedos; las hojas se cruzan formando un aspa por un eje central, que, cuando gira, hace que se superpongan o se separen cortando el cabello.

Tijera de textura: es la tijera que entresaca el cabello.

5.1.3 Plancha Alaciadora

Aparato electrónico con regulador de temperatura para alisar o modelar el cabello.

5.1.4 Rizadoras

Aparato electrónico con regulador de temperatura para rizar o enchinar el cabello.

5.1.5 Secadoras

Dispositivo electromecánico que expulsa aire caliente o frío.

5.1.6 Portanavaja

Utensilio manual de plástico o metal donde se coloca la navaja para afeitar.

5.1.7 Split Ender (maquina corta orzuela)

Aparato electromecánico que cuenta con navajas que cortan las puntas dañadas sin interferir en el largo del cabello.

5.1.8 Calentador y esterilizador de toallas

Aparato electrónico el cual con sus rayos ultravioleta ofrecen una esterilización de toallas, peines, cepillos etc.

5.1.9 Lavacabezas

Mueble con un sillón integrado con la finalidad de lavar o enjuagar cabello.

5.1.10 Climatizador

Aparato eléctrico que calienta el cabello.

5.1.11 Peines

Utensilio para desenredar y peinar el cabello, es una barra que o lamina o blonda, que sale una fila de púas o dientes paralelos.

5.1.12 Cepillos

Utensilio para desenredar, peinar el cabello, conjunto de cerdas en diversas formas y tamaños que están unidos a una base de madera o plástico, con o sin mango.

5.1.13 Pinzas sujetadoras de cabello

Artículo de plástico o metal, que se utiliza para mantener el cabello sujetado.

5.1.4 Atomizadores

Utensilio que se emplea para producir una pulverización de un liquido, mediante una bomba manual.

5.1.15 Bledo

Manejo de cerdas sintéticas o naturales con un mango que se utiliza para sacudir los cabellos después de haber realizado un corte de cabello.

5.1.16 Mandiles

Prenda protectora externa que cubre principalmente el frente del cuerpo; suelen ser de cuero o tela.

5.1.17 Guantes

Guantes fabricados de neopreno más resistentes al látex. Su principal uso es para los trabajos relacionados con elementos químicos y/o de extrema limpieza.

5.1.18 Brochas para cabello

Utensilio para pintar el cabello y/o aplicación de tratamientos.

5.1.19 Cios

Recipiente de plástico principalmente para mezclas de tintes y/o tratamientos.

5.1.20 Papel Aluminio

Lamina fina de aluminio de un grosor de inferior a 0.2 mm con lo cual se cubren objetos, en el giro de la belleza se utiliza cuando se hacen luces ya que es un conductor de calor, el proceso de decoloración es más rápido.

5.1.21 Toallas

Es un corte de tejido absorbente, llamado felpa, cuyo uso principal es secar la humedad.

5.1.22 Capas

Prenda por lo regular de tela en forma circular que cubre la ropa de la caída de cabellos al realizar un corte.

5.1.23 Cuellera tintes

Prenda elaborada de silicón con la finalidad de proteger al cliente de una mancha de tinte.

5.1.24 Cuellero

Artículo de papel de un ancho de 5 cm con el fin de proteger y evitar que los pelos cortados se cuelen y acaben en la ropa.

5.1.25 Tintes

Sustancia colorante, con lo que se cubre el cabello para teñirlo.

5.1.26 Decolorantes

Producto químico en polvo que decolora el cabello.

5.1.27 Peróxidos

Producto químico que sirve en conjunto con el decolorante para decolorar el cabello.

5.1.28 Shampo

Producto para el cuidado y limpieza del cabello.

5.1.29 Acondicionador

Producto cosmético que se utiliza después de la limpieza de cabello facilitando el peinado.

5.1.30 Gel para afeitar

Producto químico en gel antes de afeitar con la finalidad de abrir los poros y ablandar el bello.

5.1.31 Navajas

Acero templado con filo agudísimo que sirve para afeitar la barba

5.1.32 Spray

Aerosol cosmético que se pulveriza sobre el cabello a manera de endurecerlo o que permanezca fijo.

5.1.33 Talco

Mineral silicato de magnesio de color blanco, suave que se utiliza para remover los cabellos pegados en la piel.

5.1.34 Gel cabello

Producto químico empleado para mantener el peinado, fijando el cabello en una posición determinada.

5.1.35 Tratamientos

Se utilizan diferentes tratamientos para el cuidado y mantenimiento de color.

5.1.2.1 Equipo de trabajo

5.1.2.2 Sillones

5.1.2.3 Sillones Barbero

5.1.2.4 Bancas

5.1.2.5 Muebles con espejo (barbería)

5.1.2.6 Espejos (área damas)

5.1.2.7 Recepción

5.1.2.8 Silla Recepción

5.1.2.9 Computadora

5.1.2.10 Impresora

5.1.2.11 Teléfono

5.2 Selección del equipo y maquinaria (herramientas y mobiliario)

La selección de equipos debe ser precedida por una adecuada toma de información a través de fabricantes de quipos, publicaciones, y se debe de distinguir las dos etapas que involucra todo proceso de selección:

- Elección del tipo de equipo para especificar las propuestas y
- Selección entre los distintos equipos dentro del tipo elegido, a fin de decidir entre las propuestas.

Para fines de este proyecto interesa especialmente la selección del tipo de equipo y, siendo los criterios de evaluación para una óptima selección, los cuales tomamos los siguientes.

Características técnicas:

- Simultaneidad
- Confiabilidad
- Conocimiento de la marca
- Aspectos económicos
- Mantenimientos

Todo se seleccionó con la finalidad de tener herramientas y mobiliario de calidad, eficiencia y durabilidad para este proyecto.

5.3 Ilustración del equipo











6. Requerimiento de mano de obra

Se debe contar con personal calificado y profesional, que tendrán como principal objetivo estar en contacto directo con el cliente para asesorarlos en cualquier momento. Para cada servicio existe alguien capacitado para poder realizar el trabajo encomendado.

7. Descripción general de las instalaciones

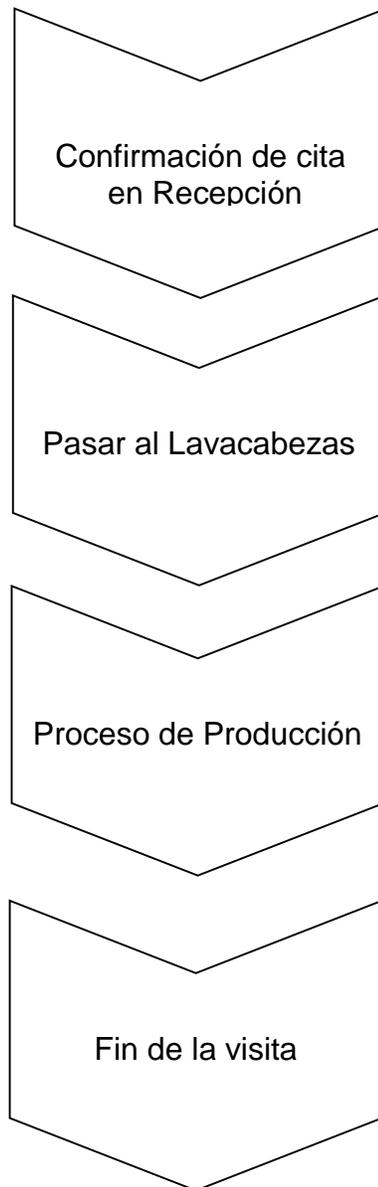
7.1 Obra Civil

El salón cuenta con una división para marcar el área destinada a los caballeros y las damas, el espacio designado para el salón consta de dos baños, y una recepción para recibir a los clientes, para confirmación de citas, cobro de servicios, y para proporcionar información.

7.2 Distribución de los equipos

La distribución dentro del salón consta de dos partes; el área para caballero y el área para las damas. La maquinaria y equipo será parte de las dos áreas tanto de dama y de caballero con su respectiva decoración, en la parte de la entrada se cuenta con la recepción un escritorio tipo recepción para la atención de clientes a su llegada, a un costado pegado a las puertas de acceso de cristal, se encuentran dos vitrinas destinada para la venta de productos complementarios para el cabello y barba. Al fondo del salón de igual manera de cada área se cuenta con un baño para el servicio de los clientes, dos lavacabezas para iniciar con el lavado de cabello de los clientes y posteriormente su servicio seleccionado.

7.3 Diagrama de flujo



CAPITULO III. ESTUDIO ECONOMICO

1. Estimación de la inversión

1.1 Inversión Fija

a) Costo fijo

Para este proyecto de inversión el salón se instalará en un local rentado.

Cuadro 5. RENTA DEL LOCAL

CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL \$
Renta	12,000
Total	144,000

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado

b) Obra civil. El local necesitara unas adecuaciones muy sencillas que es la tablaroca en la parte central, para dividir las dos áreas, así como las conexiones de agua para los lavacabezas en cada área, el tamaño es el necesario para la adecuación del salón.

c) Maquinaria y equipo. El salón requiere el siguiente mobiliario para iniciar con los servicios a los clientes.

Cuadro 6. MAQUINARIA Y EQUIPO
(Herramientas y Mobiliario)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
Sillones	2	7,000	14,000
Bancas (sala de espera)	2	2,500	5,000
Sillones barberia	2	20,000	40,000
Tocador para barberia barra	1	6,990	6,990
Tocador con barra	1	6,990	6,990
Lavacabezas	2	13,000	26,000
Climatizador	1	9,000	9,000
Recepcion	1	3,700	3,700
Silla Recepción	1	1,500	1,500
Maquinas rasuradoras	6	1,500	9,000
Alaciadoras	2	2,500	5,000
Rizadoras	2	2,500	5,000
Esterilizador de toallas	1	2,500	2,500
TOTAL			134,680

Fuente: Elaboración propia con datos de FAMUSA Mayo 2020

d) Equipo auxiliar. Como equipo auxiliar se tiene los carros auxiliares para estilista, dos extintores y dispensador en la entrada para gel antibacterial y los precios se muestran a continuación.

Cuadro 7. EQUIPO AUXILIAR

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
Carrito auxiliar barberia	1	3,500	3,500
Carrito auxiliar estilista	2	3,000	6,000
TOTAL			9,500

Fuente: Elaboración propia con datos de FAMUSA Mayo 2020

El equipo auxiliar que se menciona son ayudantes para el óptimo funcionamiento del personal del salón y barbería, el monto total del equipo auxiliar es de \$9,500 pesos.

Cuadro 8. SANITIZACION Y EXTINTORES

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
Extintores	2	2,199	4,398
Dispensador para gel antibacterial	1	1,090	1,090
TOTAL			5,488

Fuente: Elaboración propia con datos de mercado libre 2020

Para el equipo de sanitización y seguridad se ocupara un dispensador para gel antibacterial y dos extintores para cualquier eventualidad y como medida de seguridad por un monto de \$5,488 pesos.

b) Equipo de oficina. El equipo de oficina se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 9. EQUIPO DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
Lap top	1	5,500	5,500
Impresora	1	1,500	1,500
Teléfono	1	800	800
TOTAL			7,800

Fuente: Elaboración propia con datos de Office Depot 2020

El monto total de la inversión del equipo de oficina es de \$7800 pesos.

El siguiente cuadro nos muestra un resumen de la inversión fija.

Cuadro 10. RESUMEN DE INVERSION FIJA

CONCEPTO	CANTIDAD \$
Renta	144,000
Maquinaria y equipo	134,680
Equipo Auxiliar	14,988
Equipo de oficina	7,800
TOTAL	301,468

Fuente: Elaboración propia con datos de FAMUSA, Home Depot y Office Depot.
Enero 2021

1.2 Inversión Diferida.

En la inversión diferida se realiza el cálculo de los activos intangibles, y es mediante la amortización donde se recupera toda la inversión.

1.2.1 Estudio de prefactibilidad.

Es un análisis para determinar si es viable o no el proyecto.

1.2.2 Constitución de la empresa. Procedimiento a través del cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el Estado.

1.2.3 Licencias. Facultades o permisos atribuidos a una persona para ejercer una actividad.

1.2.4 Imprevistos. En administración, gastos para los cuales no hay un crédito habilitado

Los precios del estudio de prefactibilidad, la puesta en marcha, licencias e imprevistos se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 11. INVERSION DIFERIDA

CONCEPTO	CANTIDAD \$
Estudio de prefactibilidad	6,000
Constitución legal de la empresa	12,500
Licencias	6,000
Imprevistos	8,000
TOTAL	32,500

Fuente: Elaboración propia con datos del proyecto de inversión.

1.3 Capital de trabajo.

a) Materia prima. Los precios de las materias primas para los servicios que se ofrecen se observan en el siguiente cuadro.

Cuadro 12. MATERIA PRIMA

CONCEPTO	CANTIDAD Piezas	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Tintes	350	90	31,500
Peroxido	100	100	10,000
Decolorantes	200	100	20,000
Termoprotector	150	80	12,000
Ampolleta	300	65	19,500
Tratamiento	5	8,000	40,000
Mascarillas	50	100	5,000
Navajas	500	50	25,000
Spray	40	35	1,400
Gel cabello	40	45	1,800
Cera para cabello	230	45	10,350
Serum	250	120	30,000
Shampo	200	180	36,000
Acondicionador	200	80	16,000
Aceite pre shave	150	80	12,000
Gel para afeitar	150	100	15,000
Lociones after shave	150	100	15,000
Talco	10	85	850
TOTAL		9,455	301,400

Fuente: Elaboración propia con datos en el proyecto de inversión.

En el cuadro anterior se define las cantidades y costos de los materiales para los servicios que se ofrecerán anualmente; lo cual asciende a \$270,375 pesos.

b) Insumos. Los precios de los insumos se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 13. INSUMOS

CONCEPTO	COSTO MENSUAL \$	COSTO ANUAL \$
Luz	1,500	18,000
Agua	550	6,600
Otros	500	6,000
TOTAL	2,550	30,600

Fuente: Elaboración propia con datos de CFE y SASC 2020.

En el cuadro anterior se muestran los insumos requeridos para el proceso de producción de los servicios que se ofrecen.

a) Mano de obra. Los precios de mano de obra se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 14. MANO DE OBRA

PUESTO	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL UNITARIO	SALARIO MENSUAL TOTAL	SALARIO ANUAL TOTAL
Recepcionista	1	2,600	5,200	62,400
Estilista	1	6,200	12,400	148,800
Barbero	2	6,200	12,400	148,800
Asistente	1	2,100	4,200	50,400
Administrativos	1	10,000	20,000	240,000
Subtotal				650,400

Fuente: Elaboración propia con datos de CONASAMI, Enero 2020

1.4 Resumen de Inversiones.

Cuadro 15. RESUMEN DE INVERSIONES

CONCEPTO	COSTO \$	PORCENTAJE
Inversión Fija	301,468	23%
Inversión Diferida	32,500	2%
Capital de trabajo	982,400	75%
TOTAL	1,316,368	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de cuadro 11, 12, 13,14.

En este cuadro se muestra la inversión total que se tendrá que hacer para ofrecer los servicios de barbería y estilismo en el salón con un total de 1, 316,368 pesos.

2. Depreciación. Para el cálculo de la depreciación se toma en cuenta la maquinaria y equipo, el mobiliario, equipo de oficina y el equipo auxiliar.

Cuadro 16. DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL (años)	% FISCAL AUTORIZADO	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipo	134,680	10	10	13,468
Equipo de oficina	7,800	10	10	780
Lap top	5,500	3	30	1,650
Equipo auxiliar	14,988		10	1,499
TOTAL				17,397

Fuente: Elaboración propia con datos previos y la Ley del ISR.

Se muestra la tabla de depreciación con base en el artículo 34 de la ley del ISR; sumando la depreciación de cada rubro, tenemos un total de 17,397 pesos.

2. Amortización

Cuadro 17. AMORTIZACIÓN

CONCEPTO	VALOR	AÑOS	CANTIDAD ANUAL
Estudio de de prefactibilidad	6,000	10	600
Constitución legal de la empresa	12,500	10	1,250
Licencias	6,000	10	600
Imprevistos	8,000	10	800
TOTAL			3,250

Fuente: Elaboración propia con datos previos.

CAPITULO IV. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Presupuesto de ingresos y egresos

Presupuesto de Ingresos. El presupuesto de ingresos se obtiene al multiplicar el pronóstico de servicios por el precio de venta estimado, que fue calculado en el estudio de mercado.

Así de esta forma, se obtendrán los ingresos por servicios realizados al 75%, 85%, 95% y 100% de la capacidad instalada del proyecto.

CUADRO 18. PRESUPUESTO DE INGRESO POR HOMBRE Y MUJER (Pesos)

CONCEPTO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)	IDEAL 100%
CABALLERO				
CORTE KING	1,125	1,275	1,425	1,500
PRECIO	100	100	100	100
SUBTOTAL	112,500	127,500	142,500	150,000
KING JR	1,125	1,275	1,425	1,500
PRECIO	80	80	80	80
SUBTOTAL	90,000	102,000	114,000	120,000
DISEÑO BARBA	675	765	855	900
PRECIO	150	150	150	150
SUBTOTAL	101,250	114,750	128,250	135,000
AFEITADO	1,125	1,275	1,425	1,500
PRECIO	180	180	180	180
SUBTOTAL	202,500	229,500	256,500	270,000
BIGOTE	2,574	2,917	3,260	3,432
PRECIO	80	80	80	80
SUBTOTAL	205,920	233,360	260,800	274,560
TOTAL	712,170	807,110	902,050	949,560

CONCEPTO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)	IDEAL 100%
DAMA				
CORTE QUEEN	600	680	760	800
PRECIO	120	120	120	120
SUBTOTAL	72,000	81,600	91,200	96,000
QUEEN JR	600	680	760	800
PRECIO	80	80	80	80
SUBTOTAL	48,000	54,400	60,800	64,000
LUCES	450	510	570	600
PRECIO	1,600	1,600	1,600	1,600
SUBTOTAL	720,000	816,000	912,000	960,000
RETOQUE	750	850	950	1,000
PRECIO	550	550	550	550
SUBTOTAL	412,500	467,500	522,500	550,000
BAÑO DE COLOR	563	638	713	750
PRECIO	600	600	600	600
SUBTOTAL	337,800	382,800	427,800	450,000
PEINADOS	675	765	855	900
PRECIO	180	180	180	180
SUBTOTAL	121,500	137,700	153,900	162,000
TOTAL	1,711,800	1,940,000	2,168,200	2,282,000

Fuente: Elaboración propia con datos previos.

Presupuesto de Egresos. El presupuesto de egresos es el indicador donde se conocen los costos directos y los gastos fijos de operación que se realizan durante la planeación del proyecto. En el siguiente cuadro se muestran los costos fijos y variables que conforman el presupuesto de egresos.

Cuadro 19. PRESUPUESTO DE EGRESOS (Pesos)

CONCEPTO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)	IDEAL 100%
Renta del local anual	144,000	144,000	144,000	144,000
Materia Prima	226,050	256,190	286,330	301,400
Insumos	22,950	26,010	29,070	30,600
Mano de Obra Directa	650,400	650,400	650,400	650,400
20% + prestaciones	130,080	130,080	130,080	130,080
TOTAL	1,173,480	1,206,680	1,239,880	1,256,480

Fuente: Elaboración propia con datos previos.

1.1 Estado de resultados o de pérdidas y ganancias.

En el estado de resultados se proporciona la información correspondiente a un ejercicio predeterminado, basado en ingresos, costos y gastos, muestra el resultado final previsto en término de ganancias o pérdidas, así como el monto de los impuestos y reparto de utilidades. Se reflejan las utilidades o pérdidas netas que se generan dentro del periodo operativo del proyecto.

CUADRO 20. ESTADO DE RESULTADOS.

CONCEPTO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)
Presupuesto de ingreso	2,423,970	2,747,110	3,070,250
Presupuesto de egreso	1,173,480	1,206,680	1,239,880
UTILIDAD BRUTA	1,250,490	1,540,430	1,830,370
Gasto de Administración	350,000	350,000	350,000
Gasto de Venta	48,000	48,000	48,000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	852,490	1,142,430	1,432,370
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	852,490	1,142,430	1,432,370
ISR 34%	289,847	388,426	487,006
PTU 10%	85,249	114,243	143,237
UTILIDAD NETA	477,394	639,761	802,127

Fuente: Elaboración propia con datos previos

1.2 Flujo neto de efectivo.

El flujo neto de efectivo es basado en el estado de resultados, es donde se lleva la evaluación económica y financiera del proyecto. Se toman en cuenta los gastos de depreciación y amortización.

En el siguiente cuadro se toman en cuenta los mismos rubros del estado de resultados, con la diferencia que a la utilidad neta se le suma la amortización y la depreciación y así obtener el flujo neto de efectivo.

CUADRO 21. FLUJO NETO DE EFECTIVO.

CONCEPTO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)
Presupuesto de ingresos	2,423,970	2,747,110	3,070,250
Presupuesto de egresos	1,173,480	1,206,680	1,239,880
UTILIDAD BRUTA	1,250,490	1,540,430	1,830,370
Gasto de Administración	350,000	350,000	350,000
Gasto de Venta	48,000	48,000	48,000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	852,490	1,142,430	1,432,370
Amortización	3,250	3,250	3,250
Depreciacion	17,397	17,397	17,397
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	831,843	1,121,783	1,411,723
ISR 34%	282,827	381,406	479,986
PTU 10%	83,184	112,178	141,172
UTILIDAD NETA	465,832	628,198	790,565
MAS Amortización	3,250	3,250	3,250
MAS Depreciación	17,397	17,397	17,397
FLUJO NETO DE EFECTIVO	486,479	648,845	811,212

Fuente: Elaboración propia con datos previos

2. Valor Presente Neto (VPN).

El Valor Presente Neto es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo, esencialmente, el VPN mide cuanto valor es creado o adicionado por llevar a cabo una cierta inversión. Solo aquellos proyectos con un VPN positivo deben ser considerados para invertir, entonces se observa que el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial es el valor presente.

Las tasas de descuento que se aplicaron fueron del 40% y 50% para este proyecto.

CUADRO 22. VALOR PRESENTE NETO (VPN).

AÑOS	F.N.E	Flujo neto de efectivo actualizado 40%	Factores actualizados	F.N.E	Flujo neto de efectivo actualizado 50%	Factores actualizados
0	-1,316,368	1	-1,316,368	-1,316,368	1	-1,316,368
1	486,479	0.7143	347,485	486,479	0.6667	324,319
2	648,845	0.5102	331,043	648,845	0.4444	288,376
3	811,212	0.3644	295,631	811,212	0.2963	240,359
4	811,212	0.2603	211,165	811,212	0.1975	160,239
5	811,212	0.1859	150,832	811,212	0.1317	106,826
6	811,212	0.1328	107,737	811,212	0.0878	71,218
7	811,212	0.0949	76,955	811,212	0.0585	47,478
8	811,212	0.0678	54,968	811,212	0.0390	31,652
9	811,212	0.0484	39,263	811,212	0.0260	21,101
10	811,212	0.0346	28,045	811,212	0.0173	14,068
			326,757			-10,731

Fuente: Elaboración propia con datos previos

3. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto (VAN) sea igual a cero y se le llama así porque el dinero que se gana año con año se invierte en su totalidad, la tasa de retorno se regresa internamente por medio de la inversión. Si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es rentable.

Para esta tasa se toman los criterios siguientes:

TIR > tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto. El proyecto se acepta, ya que el beneficio real que se obtiene con el proyecto es mayor a la tasa de interés.

TIR < tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto. El proyecto se rechaza, esto porque el proyecto genera menos beneficios que el interés pagado por la banca.

TIR = tasa mínima aceptable. Es indiferente la inversión o no inversión sobre el proyecto.

$$TIR = i1 + (i1 - i2) \left(\frac{VPN1}{VPN2 + VPN1} \right)$$

$$= (40 + ((40 - 50) * (326,757 / (-10731 - (326,757)))) = 49.68$$

TIR	49.68
-----	-------

La TIR que genera el proyecto es de 49.68% por lo que se acepta el proyecto, esto al ser mayor la TIR que la tasa mínima aceptable de rendimiento que es 40% en el VPN.

4. Relación beneficio costo (B/C).

La relación Beneficio/Costo muestra la interpretación del resultado y la rentabilidad en términos relativos, se expresa en centavos ganados por cada peso invertido en el proyecto. Esta relación se calcula Al dividir los valores del valor presente neto y el valor de la inversión al año cero.

Si la relación B/C > 1, es conveniente invertir en el proyecto.

Si la relación B/C < 1, no es conveniente invertir en el proyecto. Si la relación B/C = 1, es indiferente invertir en el proyecto.

$$B/C = \text{Ingreso Promedio} / \text{Inversión Inicial}$$

$$B/C = 2,747,110 / 1,316,368$$

$$B/C = 2.086$$

Al ser el resultado mayor a 1 el proyecto se acepta.

Para este proyecto se determinó un valor mayor a 1 en todos los resultados por lo tanto los ingresos se asumen que sobresalen a los costes del proyecto y debe de ser considerado efectivo a invertir.

5. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

Este es el tiempo necesario dónde los beneficios netos de un proyecto amorticen el capital invertido. El objetivo de este cuadro es conocer en qué tiempo una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de la inversión inicial, para su cálculo se necesita conocer el flujo neto de efectivo y el flujo neto de efectivo acumulado. Una vez que se poseé esa información se aplica la siguiente formula:

$$PRI = n-1 + (FA)_{n-1} / (F)_n$$

Dónde:

n: Año en el que cambia de signo el flujo acumulado

(FA) n-1: Flujo neto de efectivo acumulado en el año previo a n

(F) n: Flujo neto de efectivo en el año n quedando de la siguiente manera:

CUADRO 23. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN. (Pesos)

AÑOS	F.N.E.	F.N.E. acumulado
0	-1,316,368	-1,316,368
1	486,479	-829,889
2	648,845	-181,044
3	811,212	630,168
4	811,212	1,441,380
5	811,212	2,252,592
6	811,212	3,063,804
7	811,212	3,875,016
8	811,212	4,686,228
9	811,212	5,497,440
10	811,212	6,308,652

Fuente: Elaboración propia con datos previos

$$PRI = 3 - 1(-181,044 / 811,212)$$

$$PRI = 2 + (-0.2231)$$

PRI= 2.2231 años que es igual a 2 años 2 meses.

6. Punto de equilibrio (PE).

El punto de equilibrio es donde los ingresos totales se igualan con los costos asociados con la venta del producto (IT=CT), es usado en las empresas para determinar la posible rentabilidad de vender los productos determinados. Sean los costos fijos, costos variables y costos totales, si el producto puede ser vendido a mayores cantidades de las que da el punto de equilibrio se tendrá entonces que la empresa tendrá beneficios, por el contrario, si es abajo del punto de equilibrio tendrá pérdidas.

$$PE = CF / (1 - CV/IT)$$

CUADRO 24. PUNTO DE EQUILIBRIO.

CONCEPTO/AÑO	AÑO 1 (75%)	AÑO 2 (85%)	AÑO 3-10 (95%)
VENTAS TOTALES	2,423,970	2,747,110	3,070,250
Renta	144,000	144,000	144,000
Mano de Obra	650,400	650,400	650,400
Papeleria y utiles de oficina	7,800	7,800	7,800
Depreciacion	17,397	17,397	17,397
Amortizacion	3,250	3,250	3,250
COSTOS FIJOS	822,847	822,847	822,847
Materia Prima	301,400	301,400	301,400
Insumos	30,600	30,600	30,600
COSTOS VARIABLES	332,000	332,000	332,000
COSTO TOTAL	1,154,847	1,154,847	1,154,847

Fuente: Elaboración propia con datos previos

7. Estructura organizativa del proyecto

En cuanto a la estructura organizativa del proyecto se distinguirán tres áreas:

- Administración
- Recepción
- 1 Asistente
- 2 Barberos
- 1 estilista

Se considera un administrador encargado de llevar a cabo las tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos, contacto con proveedores etc, la recepcionista encargada de llevar la agenda, un asistente; encargada de preparar al cliente previo a su atención, estando siempre pendiente que al estilista no le haga falta nada, el área

de peluquería que incluye los servicios mismos de peluquería y el salón que comprende los servicios de corte de mujer, niño y colorimetría.

De acuerdo a la demanda de los clientes se contratará más adelante con el personal altamente calificado que se requiera.

CONCLUSIONES

Después de realizar los análisis pertinentes para la evaluación de este proyecto así como el análisis de resultados se llega a la conclusión de que se obtendrán ganancias constantes y el tiempo de recuperación de la inversión inicial satisface la demanda de los servicios ofrecidos ya que se acapara a todo el público en general, teniendo costos muy accesibles y calidad al mismo tiempo para una grata imagen.

Cabe resaltar que el crecimiento de la población a nivel nacional es determinante ya que se visualiza un elevado uso de servicios que oferta este proyecto, lo cual generara una gran ventaja para la competencia ya que es un centro altamente capacitado y con una alta calidad en sus servicios.

Siguiendo con la metodología que se necesita para determinar si es un proyecto viable o no, el estudio técnico determino el nivel de producción de servicios óptimos para el uso eficiente de los recursos la maquinaria y equipo así como la organización, número de empleados entre otros; para lograr eficientar el menos tiempo posible en el proceso de producción en cualquier servicio que se ofrece, tener un mercado específico mediante el la eficiente y correcta mercadotecnia, publicidad y promociones.

Se dividieron los espacios tratando de eficientar cada rincón para que el ambiente fuera de confianza y agradable para sus clientes, tomando todas las medidas de seguridad necesarias debido a la presente pandemia por Covid 19 , en la parte económica se presentaron los elementos que fueron indispensables para crear la base de este proyecto.

Se observó que los costos están en un rango de igualdad de precios con la competencia con la finalidad de atracción de clientes, costos fundamentados en el trato y servicios ofrecidos a los mismos.

Se incluye de igual manera variables económicas del mercado para poder satisfacer la demanda a los mejores costos y ser un proyecto altamente competitivo, con un buen

servicio e instalaciones, en la parte administrativa se cuenta con poco personal que por el momento satisfaga el correcto funcionamiento del proyecto; esperando que en tiempo ser el mejor salón y barbería de la zona.

BIBLIOGRAFIA

1. ALFARO HÉCTOR Y HINOJOSA JORGE. "EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". EDIT. TRILLAS. MÉXICO 2000.
2. B. GUILOJACK Y CLEMENS JAMES. "ADMINISTRACIÓN EXITOSA DE PROYECTOS". INTERNACIONAL THOMSON EDITORES. MÉXICO 1999
- 3 .BURTON CELIA Y MICHAEL NORMA. "GUÍA PRÁCTICA PARA LA GESTIÓN POR PROYECTOS". EDIT. PAITOS EMPRESA. ESPAÑA 1992.
4. COSS BUS JUAN. "LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". EDIT. LIMUSA. MÉXICO 1980.
5. FONEP. "GUÍA PARA LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO PARA PROYECTOS DE DESARROLLO. MÉXICO 1975.
6. GOODMAN LOUIS."NACIONES PEQUEÑAS, EMPRESAS GIGANTES". EDIT. LIMUSA. MÉXICO 1992.
7. HESSELBACH WALTER. "LAS EMPRESAS DE LA ECONOMÍA DE INTERES GENERAL". EDIT. SIGLO XXI. MÉXICO 1978.
8. HINOJOSA J. ARTURO Y ALFARO HÉCTOR. "EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". EDIT. TRILLAS. MÉXICO 2000.
9. HOSMALIN GUY. "INVERSIONES RENTABILIDAD Y PROGRESO TÉCNICO". EDIT. HISPANOEUROPEA. BARCELONA EXPAÑA 1966
10. LARIS CASILLAS FCO. JAVIER. "ESTRATEGIAS PARA LA PLANEACIÓN Y EL CONTROL EMPRESARIAL". EDIT. TRILLAS. MÉXICO 1978.
11. MORALES MTZ. ROBERTO. "GUIA PARA LA PRESENTACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS". EDIT. SEMINARIO DE ECONOMIA DE LA PRODUCCIÓN FACULTAD DE ECONOMÍA UNAM 1970.

12. REYES PONCE AGUSTIN. "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS". EDIT. LIMUSA WILEY. MÉXICO 1971
13. SANCHEZ NAVARRO JUAN. "EL EMPRESARIO INDUSTRIAL ANTE EL DESARROLLO ECONÓMICO". SELA. MÉXICO 1964.
14. VALBUENA ALVAREZ RUBEN. "GUIA DE PROYECTOS FORMULACION Y EVALUACIÓN". EDICIONES MACCHI. MÉXICO 2006
15. WALSH AHUJA C. "INGENIERIA DE COSTOS Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS". EDIT. ALFA OMEGA. MÉXICO 1988.
16. WINGER KK SOO BERNARD. "ECONOMÍA EMPRESARIAL". EDIT. UTEHA. MÉXICO 1979.
17. MENDEZ MORALES JOSE SILVESTRE. "ECONOMÍA Y LA EMPRESA". EDIT. MC GRAW HILL. MÉXICO 1988.
18. BUCERO ALFONSO. "LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS: UNA NUEVA VISIÓN". EDIT. LITO-GRAPO. MÉXICO 2002.
19. CIZZEL. "MATEMATICAS FINANCIERAS". EDIT. MAC. GRAW HILL 4° EDICIÓN. MÉXICO 1990.
20. GIDO CLEMENTS. "ADMINISTRACIÓN EXITOSA DE PROYECTOS". EDIT. SOLUCIONES EMPRESARIALES. MÉXICO 1999.
21. MARQUEZ VIVIANE (COMPILADORA). "DINÁMICA DE LA EMPRESA MEXICANA". EL COLEGIO DE MÉXICO. MÉXICO 1979.
22. NASSIR SAPAG CHAIN. "PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS". EDIT. MC GRAW HILL. MÉXICO 1970.