INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO JOHN VON NEUMANN

CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE CONTABILIDAD

"FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN & SPA EXCLUSIVO PARA VARONES EN LA CIUDAD DE TACNA, 2021"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN CONTABILIDAD

AUTORES:
ROSALIA TAPARA CUSI
MIRIAM FANY SANTOS MAQUERA
DANIELA ELIZABETH LÓPEZ QUISPE

DOCENTE ASESOR:
ERNESTO LEO ROSSI

TACNA – PERÚ
2021

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO 1

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO 3

1. TÍTULO DEL TEMA 3

2. ORIGEN DEL TEMA 3

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (NECESIDAD A SATISFACER) 4

4. OBJETIVO GENERAL 4

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4

6. METODOLOGÍA 5

6.1. HIPÓTESIS BASE DEL NEGOCIO. 5

6.2. PROPONER EL MODELO DE NEGOCIOS. 5

6.3. DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL MERCADO. 5

6.4. DETERMINAR LA PROPUESTA TÉCNICA OPERATIVA. 6

6.5. DETERMINAR LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL. 6

6.6. DETERMINAR LA PROPUESTA LEGAL. 6

6.7. EVALUAR LA PROPUESTA ECONÓMICA. 6

7. LIMITACIONES DEL ESTUDIO 6

CAPÍTULO II: MODELO DE NEGOCIOS 7

1. LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA 7

2. NUESTRA HIPÓTESIS 8

3. CONCEPTO FINAL 9

3.1. NOMBRE COMERCIAL: 9

3.2. ¿QUÉ ES? 9
3.3. ¿CÓMO FUNCIONA? 10
3.4. ¿POR QUÉ ES ESPECIAL? 10
4. EL PROPÓSITO ESTRATÉGICO 11
5. LA MISIÓN 11
6. LA VISIÓN 11
7. LOS PROMOTORES 11
8. MODELO DE NEGOCIOS 13
CAPÍTULO III: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS 14
1. ESTUDIO DE MERCADO 14
1.1. ANÁLISIS DEL MERCADO 14
1.1.1. FORMULA DE MUESTREO 14
1.1.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS 15
1.1.3. EL SEGMENTO DEL MERCADO 29
1.1.4. EL FUTURO DEL MERCADO 29
1.2. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO O SERVICIO 29
1.2.1. INNOVACIÓN 30
1.2.2. PROTOTIPO DEL PRODUCTO 30
1.2.3. RELACIÓN CON EL CLIENTE 31
1.3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 31
1.4. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN 31
1.5. ESTRATEGIAS DE INGRESOS 31
2. ESTUDIO TÉCNICO 32
2.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS 33

2.2. FLUJO DEL PROCESO 34
2.2.1. MATERIALES E INSUMOS 34
2.2.2. PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO 35
2.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 37
2.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN: 37
2.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN: 37
2.4. CAPACIDAD INSTALADA ESTIMADA 38
2.5. INFRAESTRUCTURA 39
2.5.1. ÁREA DE RECEPCIÓN 39
2.5.2. ÁREA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES 39
2.5.3. ÁREA DE ADMINISTRATIVAS 39
2.6. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 40
2.7. EQUIPAMIENTO 40
2.7.1. EQUIPAMIENTO ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN – OFICINA 40
2.7.2. EQUIPAMIENTO ÁREA DE OPERACIONES 41
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL 43
3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA 43
3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS 44
3.3. REQUERIMIENTO E INVERSIÓN DE PERSONAL 47
4. ESTUDIO LEGAL 48
4.1. SELECCIÓN DE LA PERSONA NATURAL O JURÍDICA 48
4.2. SELECCIÓN DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO 48
4.3. SELECCIÓN DEL RÉGIMEN LABORAL 48
4.4. OTROS TRÁMITES 49

5. ESTUDIO FINANCIERO 50
5.1. INVERSIÓN INICIAL 50
5.2. VALOR DE VENTA 50
5.3. INGRESOS PROYECTADOS EN UNIDADES 51
5.4. INGRESOS PROYECTADOS EN SOLES 51
5.5. COSTOS PROYECTADOS POR UNIDAD 52
5.6. COSTOS PROYECTADOS EN SOLES 52
5.7. GASTOS PROYECTADOS ADMINISTRATIVOS 53
5.8. GASTOS PROYECTADOS DE COMERCIALIZACIÓN 53
5.9. FLUJO ECONÓMICO 54
5.10. ANÁLISIS ECONÓMICO 54
CAPITULO IV: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS 55
1. DECISIÓN DE INVERSIÓN 55
2. RECOMENDACIONES 56
CONCLUSIONES 57
BIBLIOGRAFÍA 59
ANEXOS 61
ANEXO 01: ENCUESTA 61
ANEXO 02: ESTUDIO ECONOMICO 65

ÍNDICE DE TABLAS o CUADROS

TABLA 1. MODELO DE CANVAS 13

TABLA 2. TOTAL, POBLACIÓN DE SEGMENTO POR EDAD 14

TABLA 3. LISTA DE SERVICIOS Y PROMOCIONES 32

TABLA 4. INSUMOS Y EQUIPOS 34

TABLA 5. CAPACIDAD ESTIMADA 38

TABLA 6. EQUIPAMIENTO PARA ADMINISTRACIÓN 40

TABLA 7. EQUIPAMIENTO PARA PRODUCCIÓN 41

TABLA 8. EQUIPAMIENTO PARA PRODUCCIÓN - PELUQUERÍA 41

TABLA 9. REQUERIMIENTO DE PERSONAL 47

TABLA 10. INVERSIÓN INICIAL 50

TABLA 11. VALOR DE VENTA 50

TABLA 12. PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES 51

TABLA 13. PROYECCIÓN DE INGRESOS EN NUEVOS SOLES 51

TABLA 14. COSTO UNITARIO 52

TABLA 15. PROYECCIÓN DE COSTOS EN NUEVOS SOLES 52

TABLA 16. GASTOS ADMINISTRATIVOS 53

TABLA 17. GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN 53

TABLA 18. FLUJO DE CAJA PROYECTADO 54

TABLA 19. ANÁLISIS ECONÓMICO 54

INDICE DE FIGURAS Y/O GRAFICOS

FIGURA 1. LOGOTIPO DE NEGOCIO 9

FIGURA 2. DISEÑO DE PROTOTIPO 10

FIGURA 3. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 1 16

FIGURA 4. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 2 16

FIGURA 5. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 3 17

FIGURA 6. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 4 18

FIGURA 7. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 5 19

FIGURA 8. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 6 20

FIGURA 9. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 7 21

FIGURA 10. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 8 22

FIGURA 11. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 9 23

FIGURA 12. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 10 24

FIGURA 13. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 11 25

FIGURA 14. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 12 26

FIGURA 15. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 13 27

FIGURA 16. GRAFICO ESTADÍSTICO SEGÚN ENCUESTA – PREGUNTA 14 28

FIGURA 17. PROTOTIPO DEL SERVICIO 30

FIGURA 18. FLUJO DEL PROCESO 35

FIGURA 19. MACROLIZACIÓN – MAPA DE TACNA 37

FIGURA 20. UBICACIÓN DEL LOCAL 38

FIGURA 21. DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL 40

FIGURA 22. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA 43

RESUMEN EJECUTIVO

El Salón y Spa donde ofreceremos nuestros servicios estará ubicado en Av. Bolívar N° 635, a una cuadra del Pasaje Vigil, Tacna. Ofreceremos servicios de relajación y de estética para varones tales como sauna, masajes corporales, cortes a preferencia, servicios de limpieza facial, tratamientos, entre otros.

El trabajo presenta la formulación para la creación de un Salón Spa exclusivo para varones, muestra el desarrollo de forma legal y una proyección financiera de un lapso de 5 años. Esta oportunidad de negocio se ideó a raíz de un actual desinterés por ofrecer un espacio específico enfocado a los varones, si bien es cierto, en la actualidad la ciudad de Tacna cuenta con una variedad de salones de belleza y cuidado personal, como también lugares de relajación corporal; en su mayoría están ambientados para las damas, con este proyecto nosotras buscamos ofrecer un ambiente que sea selecto, y al gusto de ellos con una decoración inspirada y enfocada a nuestro segmento: los varones; por tal motivo nos decidimos enfocar en este proyecto.

También se aplicó una encuesta para tener un mayor enfoque en nuestro estudio de mercado, que ayudará a identificar nuestro segmento y analizar las mejores opciones para el proyecto.

En el estudio Técnico se determinó los diversos procesos de operación determinantes para su desarrollo, así como, las especificaciones técnicas, flujo del proceso y la infraestructura y equipamiento adecuados para la elaboración del proyecto de negocio.

En el estudio Organizacional se indica la estructura de la empresa: La Gerencia, La Administración y los Operarios, con la descripción de los colaboradores eficaces y el detalle del requerimiento e inversión personal. Con la modalidad de contrato de tiempo completo, sueldo mínimo de acuerdo a ley.

En el estudio Legal, nuestro proyecto se acogió a la personería jurídica Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), para el régimen tributario se consideró el Régimen Especial a la renta (RER), y además se consideró acogerse al Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

En el estudio financiero se realizó el análisis de los costos y gastos que se verán incurridos en la ejecución del negocio y una proyección del flujo económico por un periodo de 5 años, que revele la utilidad neta del negocio y permita un adecuado y preciso análisis económico.

Para finalizar se concluyó que el negocio no era viable para ejecutarlo, se determinó un monto inicial de inversión de S/. 54,756.90, (COK) Costo de Oportunidad de Capital del 17%, (VAN) un Valor Actual Neto negativo de S/. 13,496.00 y una Tasa Interna de Retorno de 13%, por lo cual se decidió no proseguir con el proyecto por no alcanzar los rendimientos esperados.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

"FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN & SPA EXCLUSIVO PARA VARONES EN LA CIUDAD DE TACNA, 2021"

2. Origen del Tema

La idea de negocio surge debido a la experiencia que tiene una integrante del grupo en este sector, que va de la mano con las habilidades que poseen las demás integrantes. Fue así como decidimos enfocarnos en esta propuesta de Salón & Spa, eligiendo como nuestro público objetivo a los varones.

Esta propuesta está ligada a las habilidades de las integrantes y también como oportunidad de mercado ya que en los últimos años son cada vez más los varones que desean cuidar su piel, y su aspecto personal. Entre las habilidades y valores que cada integrante aporta a nuestro proyecto son las siguientes:

- Buen trato
- Responsabilidad
- Conocimientos Contables para el desarrollo de la propuesta.
- Además de Carisma y Simpatía

3. Formulación del Problema (Necesidad a Satisfacer)

El problema es la importancia que dan los hombres al sentirse bien con su belleza y el cuidado personal, como también a los productos naturales que es un negocio aquí en Tacna para todo tipo de salón de belleza.

Un espacio específico de salón y spa para varones llamará la atención a varias personas ya que no será necesario ir un Barber shop, saunas o un salón de belleza para mujeres, este lugar será especial con todos los servicios brindados en un salón y spa, así poder satisfacer su necesidad.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de un Salón y Spa exclusivo para varones en la ciudad de Tacna, 2021.

5. Objetivos Específicos

5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.

5.2. Proponer el modelo de negocios

5.3. Determinar la viabilidad del mercado

5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa

5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

5.6. Determinar la Propuesta Legal

5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo Canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio, plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.
b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPÍTULO II: MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

En la actualidad el sector de belleza en la Ciudad de Tacna va dirigido específicamente al público de las mujeres, olvidando que también hay varones que se preocupan por el cuidado de su piel, por su apariencia y la imagen que proyectan.

Como resultado de la falta de interés hacia el público de varones, resulta que cuando quieren acudir a estos lugares reciben miradas que resultan incómodas y vergonzosas para ellos, lo cual hace que se sientan incómodos y terminen no acudiendo nuevamente a estos lugares por estas razones. Si bien es cierto también hay Barber shops que realizan cortes, ya sea clásico o degradado, tintes, lavado, definición de cejas y arreglos en barba y bigote; también es cierto que se cuenta con locales de Spa mixto que ofrecen sauna, masajes y algunos cuentan con piscina, pero ninguno ofrece un servicio completo como el que nosotras buscamos ofrecer.

(Molina Castillo, El mercado de cosmetica e higiene personal en Perú, 2019) señala que: En cuanto a la segmentación de la oferta por sexo, en 2018, el 86% de los productos de cosmética e higiene personal presentes en el mercado peruano se dirigían al público femenino y tan solo un 14% a hombres. Este último ratio se ha duplicado desde 2010, año en el que la oferta de productos masculinos representaba solamente un 7% del total. (p. 10)

(Molina Castillo, 2019) precisa lo siguiente: Aunque el mercado para hombre representa apenas el 14% del total, ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años y se espera que continúe esa senda. Según datos de Euromonitor International, los hombres peruanos están cada vez más preocupados por su aspecto y demandan más productos de cuidado personal masculinos, mostrándose más reacios a recurrir a productos de uso familiar o para mujer. (p. 53)

(La Cámara, 2020) El presidente de Copecoh, Ángel Acevedo, preciso que son los hombres los que tienen mayor presencia en la industria y muestra de ello es el incremento en 20% del número de barberías en los últimos tres años. Es así que el mercado masculino en este sector tuvo un crecimiento total del 29% durante el 2019.

Por eso en este proyecto nos queremos enfocar en los varones y ofrecer un servicio exclusivo dirigido hacia ellos, entre los servicios que se dará como Salón Spa será Sauna (seco y a vapor), masajes relajantes, limpieza facial, tratamientos capilares y contra el acné, cortes y tintes, etc.

2. Nuestra Hipótesis

Los salones de belleza y spa actualmente en el mercado de Tacna no les prestan atención a los varones, teniendo una idea errada de que a ellos no les preocupa su apariencia y el cuidado de su piel.

En la actualidad los jóvenes varones han tomado conciencia de la verdadera importancia que tiene el cuidado de su piel; considerando que esto no solamente está

ligado a la belleza, sino también representa seguridad y amor propio. Con nuestra propuesta de idea de negocio, planteamos ofrecer una atención especializada acompañada de un buen servicio y un ambiente adecuado para ellos. Queremos ofrecerles un espacio en el que se sientan cómodos, relajados y disfruten de un tiempo para ellos; por eso queremos brindar servicios de cuidado de la piel dirigido para varones en el que no se sienten juzgados o avergonzados por ser “salones femeninos”.

3. Concepto Final

3.1. Nombre Comercial: LA ELEGANCIA



Figura 1. *Logotipo de negocio*

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

3.2. ¿Qué es?

Es un salón & spa exclusivo para varones, donde pueden relajarse y olvidarse de sus preocupaciones.

3.3. ¿Cómo funciona?

Contaremos con un espacio que tenga un ambiente inspirado para ellos, donde puedan sentirse cómodos y disfrutar de un momento de relajación, sin preocupaciones, les brindaremos servicios diversos para el cuidado y tratamiento de su piel, le ofreceremos un ambiente diferente y apropiado.

3.4. ¿Por qué es especial?

Nuestro Salón & Spa ofrece un servicio dirigido a los varones, algo que todavía nadie ha incursionado en la Ciudad de Tacna, creemos que nuestro negocio es original debido a la experiencia nueva que ofrecemos.



Figura 2. *Diseño de Prototipo*

Fuente: Google Imágenes

Elaboración: Propia

4. El Propósito Estratégico

Creemos en la importancia de verse bien para sentirse bien, por eso es que ofrecemos un espacio cómodo para aquellos varones que también se preocupan por el cuidado de su apariencia y su piel, garantizando una experiencia única que llegue a cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

5. La Misión

Nuestra misión es ofrecer un buen servicio, con un trato amable y respetuoso hacia nuestros clientes, con un ambiente que produzca la relajación que queremos brindar y poder satisfacer sus necesidades de cuidado de piel y rostro, mediante productos de buena calidad.

6. La Visión

Ser un salón spa destacado y reconocido por sus servicios de alta calidad y atención; además de poder contar con el incremento de nuestros clientes fieles.

7. Los Promotores

Los promotores de este Plan de Negocios son:

- ✓ DANIELA ELIZABETH LOPEZ QUISPE, egresada de la carrera técnica profesional de Contabilidad, con conocimientos en Computación y

Ofimática, experiencia en tratamientos contables y tributarios y habilidad de trabajo en equipo.

- ✓ MIRIAM FANY SANTOS MAQUERA, egresada de la carrera técnica profesional de contabilidad, con conocimientos en los libros contables, impuestos a la renta, PDT, planillas electrónicas entre otras, experiencia en ventas y atención al cliente.
- ✓ ROSALIA TAPARA CUSI, Egresada de la carrera técnica profesional de contabilidad, experiencia en manejo de documentos contables, atención al cliente y conocimientos en manejo de una empresa comercial.

8. Modelo de Negocios

Tabla 1. Modelo de Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">SOCIOS CLAVES:

Proveedores de insumos.</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVES:

Brindar servicio de relajación como masajes, limpiezas faciales, saunas y cortes de cabello haciendo uso de productos naturales.</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR:

Brindar un servicio solo para varones, productos naturales peruanos y una buena atención personalizada.</td>
<td>RELACIONES CON CLIENTES:

○ Buen trato cordial
○ Brindar confianza y seguridad.
○ Publicidad
○ Brindar un excelente servicio.</td>
<td rowspan="2">SEGMENTO DE CLIENTES:

Personas del sexo masculino, entre edades de 20 a 45 que tengan las siguientes características:

○ Interés por su apariencia.
○ Que disfruten de un momento de relajación.</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVES:

Capital, personal de atención, ambientación del local, localización, insumos y redes sociales.</td>
<td>CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA:

○ Local de Atención Propio
○ Reservaciones
○ Página web
○ Redes Sociales</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTES

○ Creación de la empresa
○ Mantenimiento y renovación de equipos
○ Alquiler
○ Costos de Insumos
○ Impuestos, costo del personal</td>
<td colspan="2">FUENTE DE INGRESO

La prestación de nuestros servicios: masajes, limpieza facial y corporal, saunas, cortes.</td>
</tr>
</table>

Elaboración: Propia

CAPÍTULO III: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El mercado de destino es la ciudad de Tacna que cuenta con una población de 329 332, y se estima que 49.7% de la población es masculina. Este servicio está destinado para varones jóvenes y adultos que deseen consentirse y tener un momento de tranquilidad para ellos, por eso queremos ofrecer algo exclusivo.

Tabla 2. Total, Población de Segmento por Edad

Perfil	%	TOTAL
Zona Geográfica		329.332
Edades: 20 a 49 años	24%	77.865

Fuente: INEI

Elaboración: Propia

1.1.1. FORMULA DE MUESTREO

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1)E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.65^2\ (0.5)\ (0.5)\ 77865}{(77865 - 1)\ 0.1^2 + 1.65^2\ (0.5)\ (0.5)}$$

$$N = 68$$

Para el cálculo de la muestra se consideró:

- Nivel de confianza: 90% (1.65)
- Probabilidad de éxito: 50%
- Probabilidad de fracaso: 50%
- Margen de error: 10%
- Población segmentada: 77.865

Se aplicó la fórmula de muestreo y se obtuvó un total de **68 personas a encuestar**.

1.1.2. Resultados de las encuestas

Los resultados de las encuestas fueron recabados entre los días 19 de abril hasta el día 5 de mayo.

- **Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?**

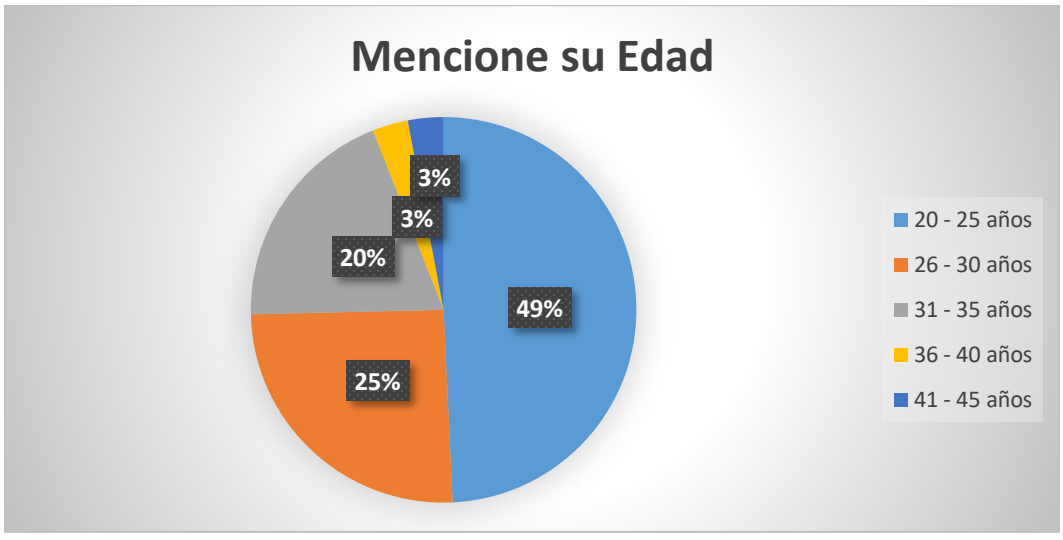


Figura 3. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 1*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Como conclusión de la primera interrogante podemos indicar que el 49% de encuestados son jóvenes de entre 20 – 25 años de edad.

- **Pregunta 2: ¿Te gustaría un Salón & Spa exclusivo para varones?**



Figura 4. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 2*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Podemos concluir que si, en un 90% de los varones acuden a un SALON & SPA para hacer uso de los variados servicios.

- **Pregunta 3: ¿Conoces los servicios que brinda un Salón & Spa?**

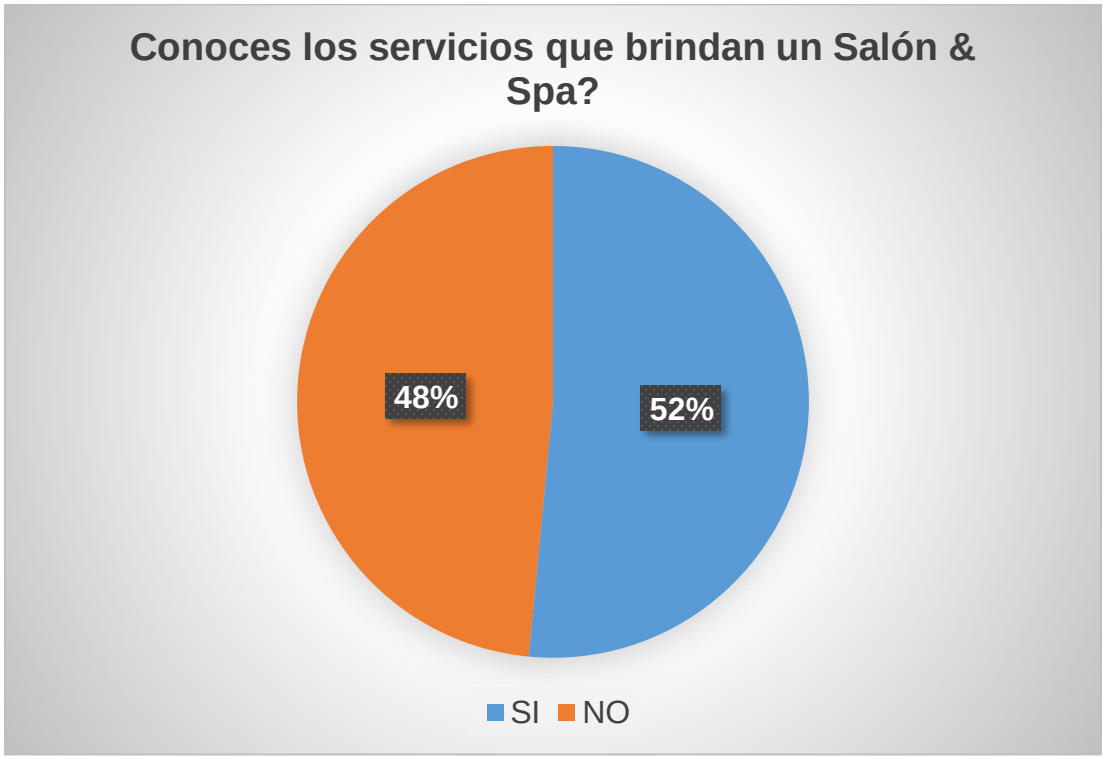


Figura 5. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 3*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Podemos concluir que de las personas encuestadas tenemos un porcentaje considerable que desconocen de los servicios brindados en dicho establecimiento, pero también tenemos un 52% que si tiene idea de los servicios.

- **Pregunta 4: ¿Con que frecuencia asiste a un Salón & Spa?**

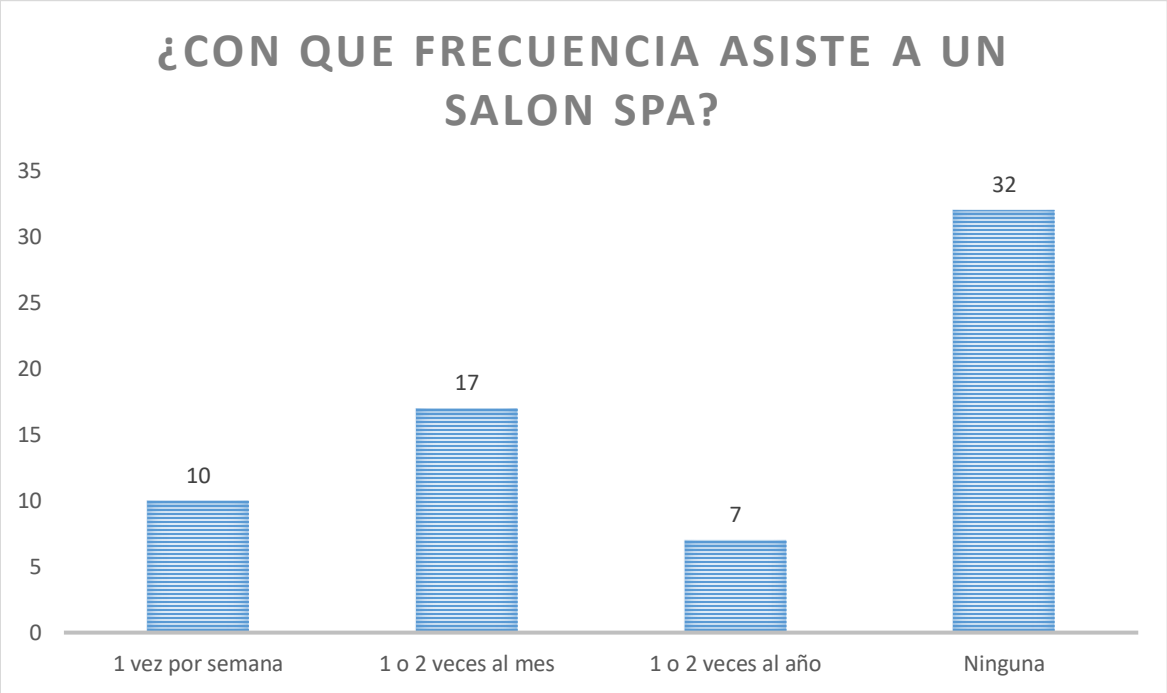


Figura 6. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 4*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Concluimos que los varones que asisten son un 25.8% de 1 a 2 veces por mes, 15.1% son los que asisten 1 vez por semana y 10.6% son los que van 1 vez al año lo cual indica que están más pendientes de su aspecto.

- **Pregunta 5: Señale los servicios que a usted más le interese.**

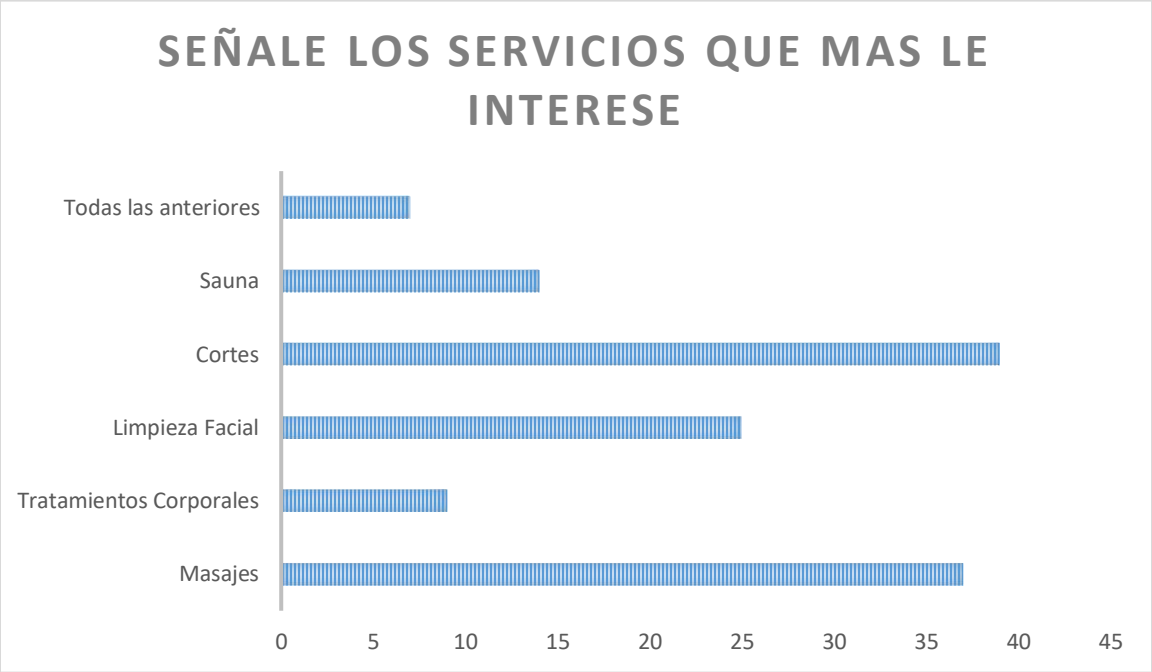


Figura 7. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 5*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Concluimos que entre los servicios más solicitados tenemos:

- Corte de cabello en un 59.1%
- Masajes en un 56.1%
- Limpieza facial en un 37.9%
- Sauna en un 21.2%
- Tratamientos, limpieza corporal en un 13,6%
- Y solo un 10,6% solicitaría todos los servicios.

- **Pregunta 6: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de masaje?**



Figura 8. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 6*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

En el grafico se puede observar que la mayoría de los varones están dispuestos a pagar 25 soles que figura con un 37%, le siguen los montos de 30 soles con un porcentaje del 30% y 50 soles con un 19%.

- **Pregunta 7: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de tratamiento corporal?**



Figura 9. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 7*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Se observa que los varones están dispuestos a pagar por en el servicio de tratamiento (limpieza corporal) 45.00 soles con un porcentaje de 71%.

- **Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza facial?**

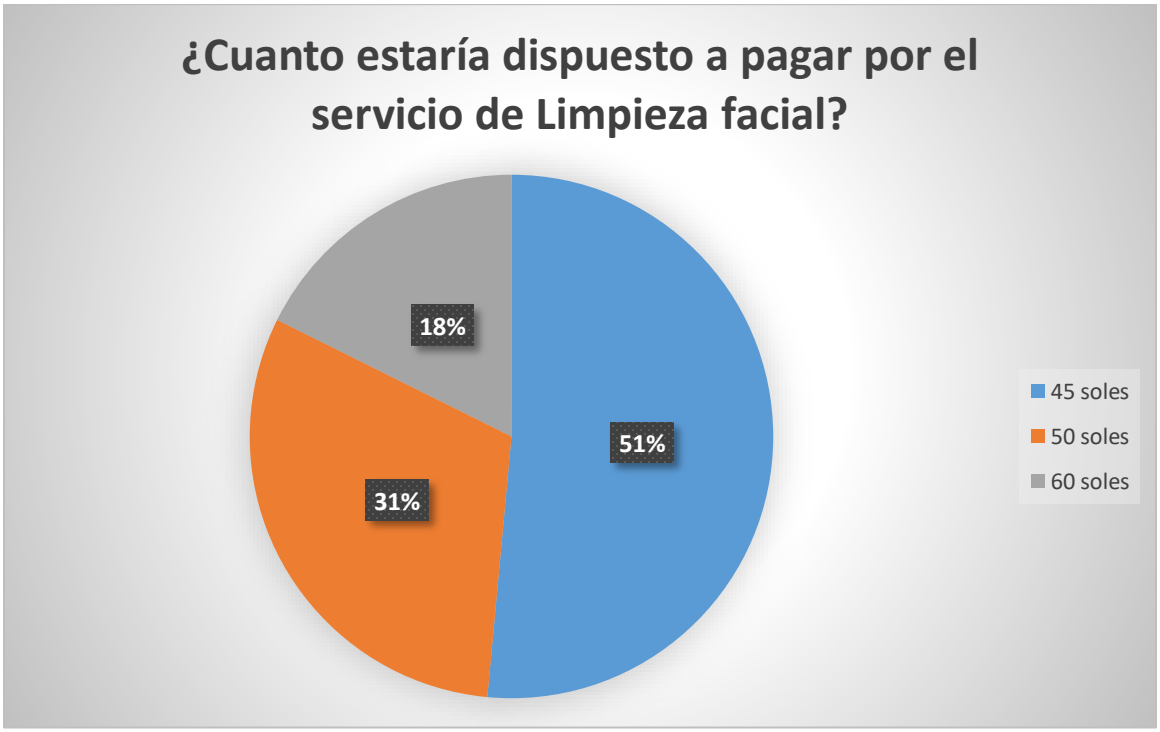


Figura 10. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 8*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según grafico se observa que un 51% prefieren pagar 45 soles y un 31% estaría dispuesto a pagar hasta 50 soles por el tratamiento de limpieza facial.

- **Pregunta 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de cortes de cabello?**

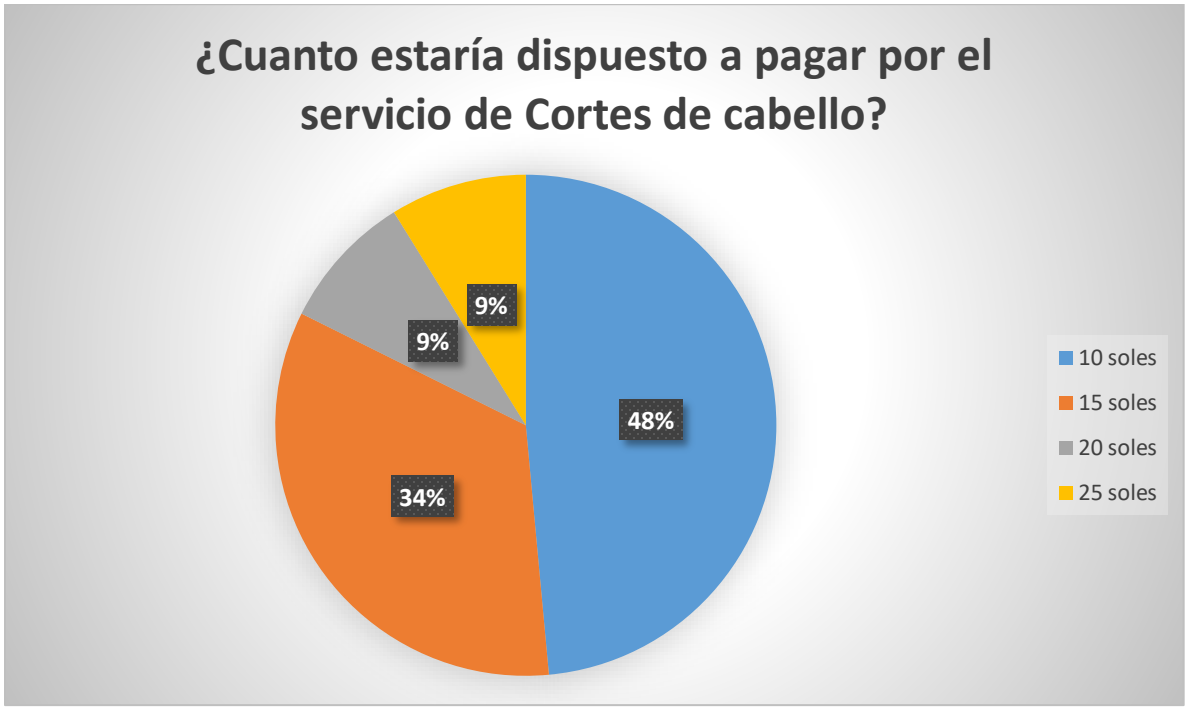


Figura 11. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 9*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según grafico se puede observar que son más los varones que están dispuestos a pagar 10 soles con un porcentaje de 48%, le sigue el monto de 15 soles con un porcentaje de 34%.

- **Pregunta 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de sauna?**

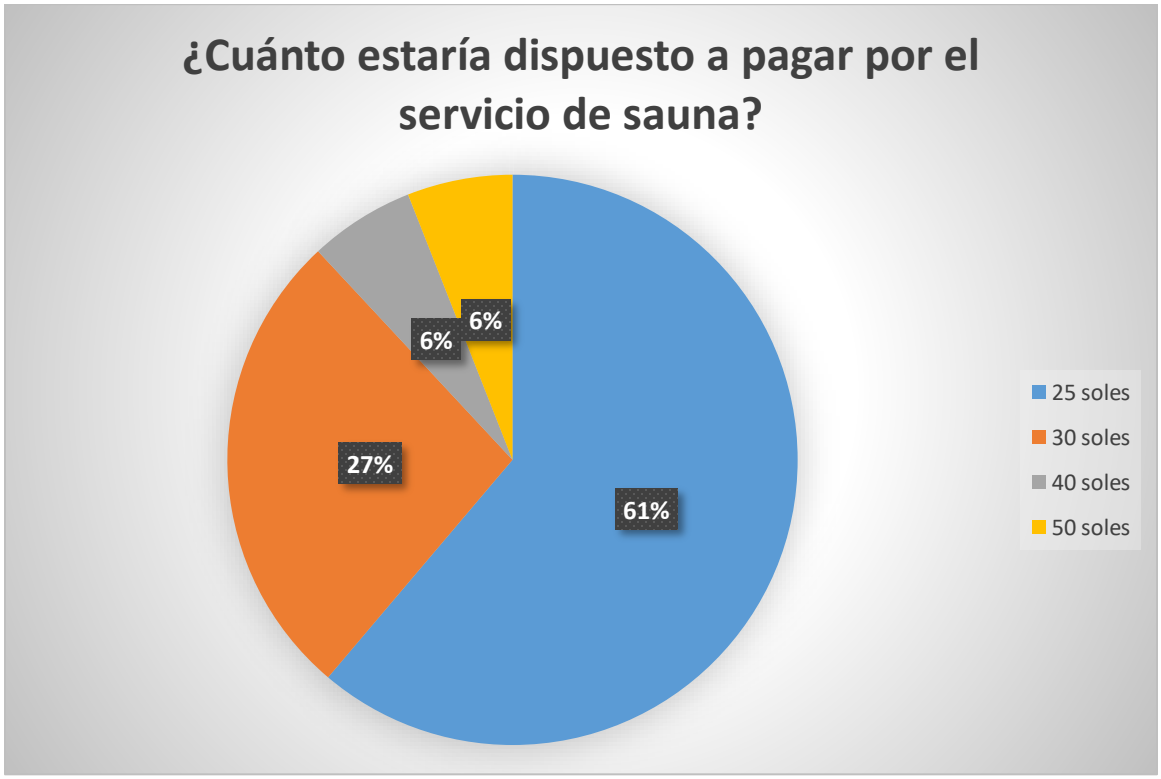


Figura 12. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 10*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según el grafico se observa que los varones prefieren pagar por el servicio de sauna por un monto de 25 soles con un 61%, mientras que un 27% pagaría hasta 30 soles.

- **Pregunta 11: ¿En qué horario suele asistir a un Salón & Spa?**

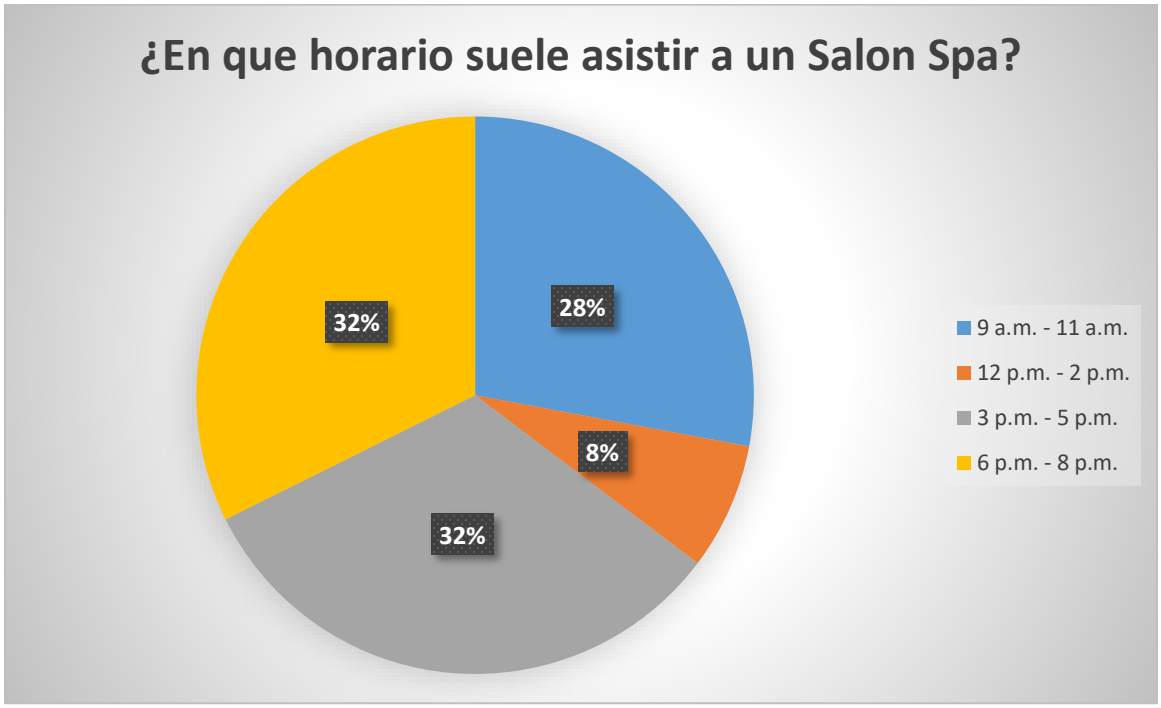


Figura 13. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 11*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según grafico se puede observar que son más los varones que prefieren asistir en un horario de 6 a 8 de la noche (32%), mientras que otros prefieren de 3 a 5 de la tarde (32%) y otros eligieron de 9 a 11 de la mañana (28%) como su horario preferido.

- **Pregunta 12: ¿Consideras importante los productos naturales que se utiliza en un Salón & Spa?**



Figura 14. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 12*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según grafico se puede observar que a la mayoría de los varones encuestados les parece muy importante los tipos de productos que se utilizan en un Salón Spa, recibiendo un porcentaje de 91% que si están de acuerdo.

- **Pregunta 13: ¿Qué aspectos considera usted de mayor importancia para asistir a un Salón & Spa?**

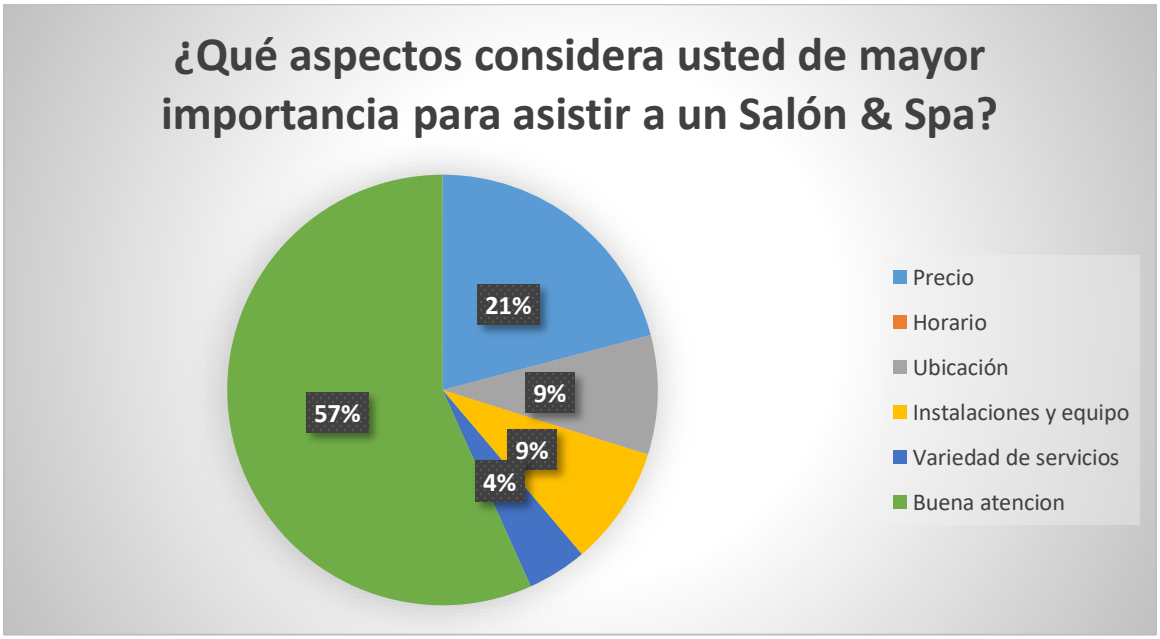


Figura 15. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 13*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según grafico se observa que a la mayoría de varones a la hora de asistir a un Salón Spa prefieren que dicho lugar preste una buena atención con un 57%, seguido del factor del precio con un 21%, y un total de 22% que consideran importante los factores de ubicación, instalaciones y equipos junto a la variedad de servicios.

- **Pregunta 14: ¿Por qué medio se entera de los lugares que suele concurrir?**

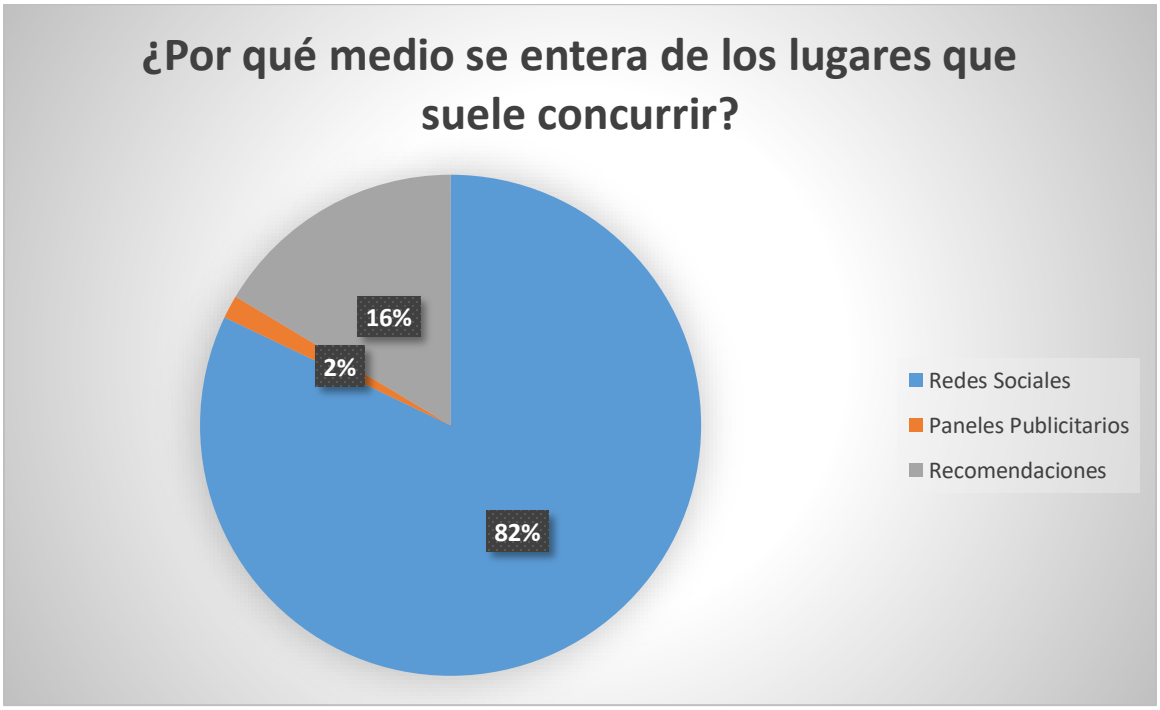


Figura 16. *Grafico Estadístico según encuesta – Pregunta 14*

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según el grafico se puede observar que el medio más utilizado por los varones para enterarse de los diferentes lugares es por el medio de las redes sociales que representa un 82%, resultando como medio más efectivo.

1.1.3. El Segmento del Mercado

Nuestro segmento del mercado está dirigido a personas del sexo masculino entre las edades de 20 a 40 años principalmente, que tengan las características siguientes:

- Interés por su apariencia y cuidado personal.
- Que disfruten de sentirse relajados.
- Que estén dispuestos a invertir su tiempo en sí mismos.

1.1.4. El Futuro del Mercado

- La demanda de salones de belleza por varones cada vez está incremento, dejando de lado cualquier estereotipo.
- Preferencia por la calidad y atención de los servicios de cuidado personal.
- Apreciación y tendencia por las nuevas modas (cortes).
- Crecimiento de la economía peruana.

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

Se ofrece una variedad en servicios como sauna, masajes, tratamientos corporales y faciales, y cortes, además de brindarle un tiempo de relajación donde pueda des-estresarse y pasar un buen rato.

Enfocados en atención al público masculino, ofreciendo un lugar ambientado para ellos ya que actualmente no se cuenta con uno. Nuestra prioridad en servicio será brindar

una atención adecuada y amable, una experiencia única y completa, que permita que nos diferenciemos de los demás.

1.2.1. Innovación

La diferencia que tiene nuestro Salón & Spa entre posibles competidores es nuestro servicio, estamos poniendo a gusto del cliente nuestra variedad en servicios, a la vez de proporcionarle una estancia grata y relajante que asegure la comodidad del cliente.

1.2.2. Prototipo del producto



Figura 17. *Prototipo del servicio*

Fuente: Google Imágenes

Elaboración: Propia

1.2.3. Relación con el Cliente

La relación con el cliente durante el servicio será de mucha cordialidad hasta que finalice su atención. Para mantener la comunicación fuera de nuestro lugar de atención, se hará uso de las Redes sociales (Facebook) y de la página web donde proporcionaremos información de nuestro servicios - incluido nuestro número de contacto.

1.3. Estrategia de Comunicación

Se hará uso de las redes sociales (Facebook), por ser un medio abierto y de fácil acceso para nuestro público objetivo. También se trabajará desde nuestra página web oficial para poder mantener una comunicación con los clientes y dar aviso de descuentos en fechas importantes.

Se tiene pensado implementar la metodología de encuestas para evaluar la satisfacción del cliente que asiste por primera vez a nuestro salón & spa.

1.4. Estrategia de Comercialización

Nuestro servicio se realizará de manera directa, es decir, que nuestros clientes tendrán que acudir a nuestro lugar de atención para acceder a nuestros servicios; y a través de Redes sociales se harán publicaciones sobre los servicios y eventos diarios que ofreceremos.

1.5. Estrategias de Ingresos

Los ingresos varían de acuerdo a los servicios que ofreceremos como Salón & Spa serán un ambiente para saunas, masajes, cortes de peluquería, tratamiento facial y corporal. Los ingresos serán mixtos, debido a la variedad de servicios que ofrecemos.

Los precios por servicio comparando con los competidores son variables, ya sea por la zona, la atención y por la competencia que surge al contar con distintas opciones con bajos precios. Para establecer nuestros precios serán determinados - según encuesta - por cuanto están dispuestos a pagar nuestros clientes, sin desligarse del precio actual del mercado, y teniendo en cuenta alguna incidencia en la economía del país.

Tabla 3. Lista de Servicios y promociones

Servicios al Publico
Masajes
Cortes
Limpieza Corporal
Limpieza Facial
Sauna
Corte + Limpieza Facial
Corte + Masajes

Elaboración: Propia

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- **Nombre**

  Salón Spa “La Elegancia”.

- **Descripción del producto**

  Ofreceremos servicios de relajación y de estética para varones tales como sauna, masajes corporales, cortes a preferencia, servicios de limpieza facial, tratamientos, entre otros.

- **En qué consiste el servicio**

  Brindar servicios de relajación y cuidado corporal, nos enfocaremos en transmitir esa sensación de relajación que se busca cuando se acude a un spa, y como salón estético buscamos ayudarlos a encontrar su estilo adecuado de acuerdo a su preferencia.

- **Ventajas o beneficios**
  - Ofrecer un ambiente más enfocado hacia ellos
  - Atención personalizada
  - Tiempo de relajación.
  - Disminución del estrés.

2.2. Flujo del Proceso

La forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.).

2.2.1. Materiales e Insumos

Tabla 4. Insumos y equipos

Insumos y Equipos	
1	Cremas aromáticas
2	Aceites
3	Set masaje
4	Toallas
5	Batas
6	Camillas
7	Complementos nutricionales
8	Espejos para salón - peluquería
9	Suministros para el salón (tijeras, peines, secadora, capas, etc.)
10	Escritorio para oficina y recepción
11	Sillas de peluquería
12	Generador de vapor - sauna
13	Calefactor de sauna eléctrico
14	Computadora para recepción
15	Muebles (oficina, spa y salón-estética)
16	Televisores
17	Uniformes para trabajadores.
18	Elementos de decoración.
19	Estantes

Elaboración: Propia

2.2.2. Producción del Bien o Servicio

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado.

En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.



Figura 18. *Flujo del Proceso*

Elaboración: Propia

- **Recepción del Cliente**

El cliente será atendido y se le brindará la información adecuada sobre los servicios y precios. También si lo requiere se le explicara de forma sencilla sobre lo que conlleva cada servicio.

En caso de recepción de llamadas, se atiende el pedido y se le agenda el servicio a la hora indicada, previa verificación de agenda. Para que la recepción del servicio sea más eficiente, el cliente podrá acceder a nuestro catálogo de servicios que estará disponible en nuestra página web o por las redes sociales también (Facebook).

- **Servicio de Atención**

El cliente será llevado para ser atendido al lugar especificado. Cada servicio tiene su propio espacio; el cliente será atendido de acorde a su necesidad. Los servicios más destacados son:

Sauna: Contará con dos ambientes (seco y a vapor), también habrá vestidores y casilleros donde guardar sus objetos.

Limpieza y tratamientos: Pudiendo ser limpieza facial, tratamientos de cuero cabelludo, otros.

Cortes: De acuerdo a la preferencia del cliente.

Masajes: Como masajes relajantes, descontracturantes y des-estresantes.

2.3. Localización del Proyecto

Esta localización se establece macro y micro y se puede deber a:

2.3.1. Macro localización:

El proyecto será implementado en la Ciudad de Tacna, en el centro de Tacna.



Figura 19. *Macrolización – Mapa de Tacna*

Fuente: Google Imágenes

2.3.2. Micro localización:

El Salón y Spa donde ofreceremos nuestros servicios estará ubicado en Av. Bolívar N° 635, a una cuadra del Pasaje Vigil.



Figura 20. *Ubicación del Local*

Fuente: Google Maps

2.4. Capacidad Instalada Estimada

Se estima que recibiremos alrededor de unas 30 personas al día, tomando en cuenta todos los servicios que ofrecemos. En los meses de diciembre a marzo proyectamos un mayor ingreso de clientes y en los meses de abril a noviembre se espera una acogida moderada de clientes.

Tabla 5. Capacidad Estimada

SERVICIOS	ATENCIÓN POR DIA
Masaje (Duración: 60 min)	5 personas
Cortes	10 personas
Limpieza facial (Duración: 60 min)	5 personas

Limpieza corporal (Duración: 45 min)	5 personas
Sauna	5 personas

Elaboración: Propia

2.5. Infraestructura

2.5.1. Área de recepción

Zona de Recepción e Ingreso	2m de largo x 1.5m de ancho
Zona de Espera	1.3m de largo x 1.20m de ancho
Baño – SSHH	1.5m de largo x 1.20m ancho

2.5.2. Área de Producción y Operaciones

Cuarto de masajes	2.5m de largo x 2.5m de ancho
Cuarto de sauna (2)	3m de largo x 3m de ancho
Cuarto de duchas	2.2m de largo x 75 cm de ancho
Cuarto de vestidores-sauna	2.4m de largo x 1.1m de ancho
Cuarto de salón-peluquería	10m2

2.5.3. Área de Administrativas

Oficina	9m2

2.6. Distribución de la Planta

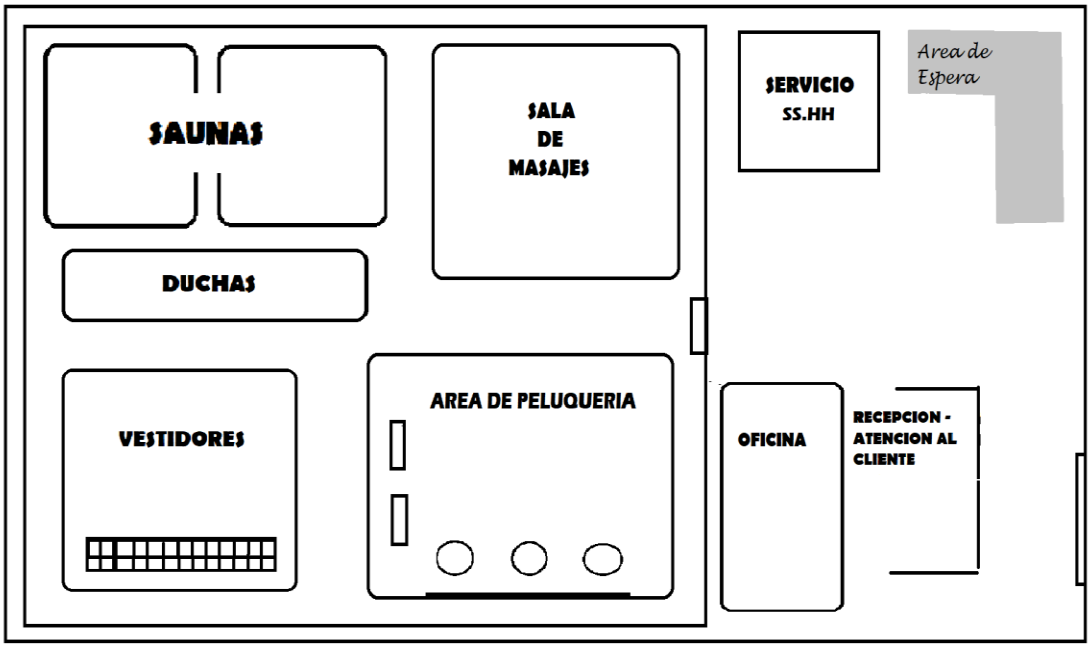


Figura 21. *Distribución del Local*

Elaboración: Propia

2.7. Equipamiento

Para el presente proyecto se utilizará la siguiente maquinaria, así:

2.7.1. Equipamiento Área Administrativa y Recepción – Oficina

Tabla 6. Equipamiento para Administración

N°	Descripción	Cantidad
1	Computadora	2
2	Escritorio grande	2
3	Silla de oficina	2

4	Muebles para espera	1
5	Útiles complementarios	

Elaboración: Propia

2.7.2. Equipamiento Área de Operaciones

- **Equipamiento para Spa y Sauna**

Tabla 7. Equipamiento para Producción

N°	Descripción	Cantidad
1	Camillas	2
2	Toallas	6
3	Batas	6
4	Estantes	2
5	Muebles	2
6	Generador de Vapor -sauna	1
7	Calefactor de sauna eléctrico	1

Elaboración: Propia

- **Equipamiento para Salón**

Tabla 8. Equipamiento para Producción - Peluquería

N°	Descripción	Cantidad
1	Sillas de peluquería	3
2	Espejos	-

3	Televisor	1
4	Estantes	3
5	Kit de materiales	
6	Adornos de ambientación	-
7	Equipo de música	1
8	Insumos varios (tijeras, peines, secadoras)	-
9	Otros suministros	-

Elaboración: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

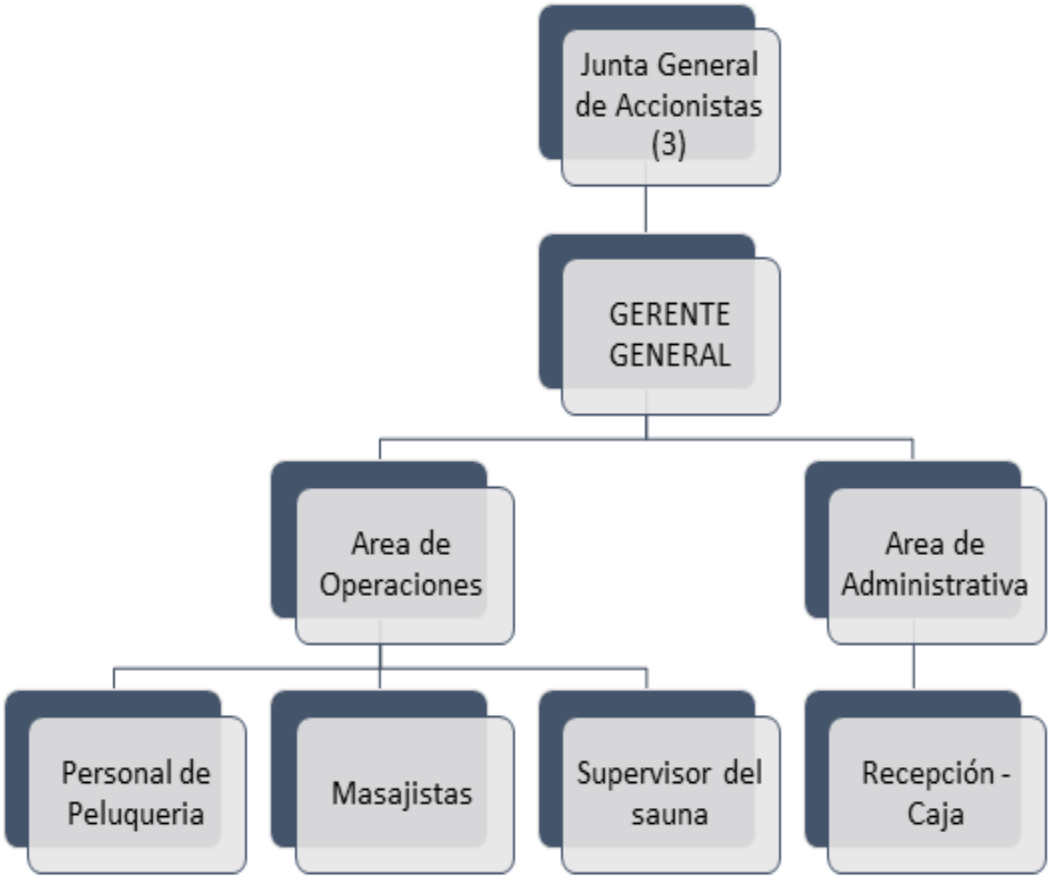


Figura 22. *Organigrama de la empresa*

Elaboración: Propia

3.2. Descripción de los puestos

❖ Junta General de Accionistas:

La Junta General de Accionistas es el órgano principal de una sociedad de capital. Es un órgano de administración y fiscalización dentro de la sociedad, donde se toman decisiones claves sobre el funcionamiento de la sociedad, es importante que todo lo acordado en una reunión sea registrado en el acta.

Entre sus obligaciones se considera:

- Modificación de Estatutos.
- Transformación, fusión o ampliaciones de capital.
- Disolución de la sociedad.

❖ Gerente General:

Encargado responsable de dirigir, administrar y velar por los ingresos y costos de la empresa. Como uno de los más altos rangos tiene como responsabilidad la toma de decisiones.

Sus funciones son:

- Planificar, organizar y supervisar todas las actividades desempeñadas por la empresa.
- Administrar los recursos de la empresa.

- Motivar, supervisar a su equipo de trabajo.
- Representar a su organización ante cualquier eventualidad.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo.

❖ **Encargado de recepción y caja**

Encargado de recibir y atender al cliente de la manera más cordial y amable, además de brindarle la información necesaria que requiera sobre los servicios.

Sus funciones son:

- Revisar los saldos a fin de garantizar el cobro de los clientes
- Atender las llamadas o posibles correos entrantes.
- Reservar las citas.
- Controlar la entrada y salida de visitantes y empleados.
- Encargarse de preguntas de clientes y orientarlos, y resolver problemas o quejas.
- Manejar y actualizar nuestros servicios por las redes sociales.

❖ **Masajistas**

Ayudante cualificado para ofrecer tratamientos de masaje profesionales y terapias de bienestar; además se encargará de ofrecer variedad de tratamientos para satisfacer las necesidades de los clientes.

Sus funciones serán:

- Calmar y aliviar dolores o quejas similares y proporcionar tratamientos corporales o faciales relajantes.
- Mantener el cuarto limpio y arreglado.
- Responder a las necesidades de los clientes.

❖ **Personal de peluquería**

Especialista profesional dinámico y creativo, encargado de aconsejar en su imagen al cliente, y complacer sus expectativas que pueden llegar a ser desde conservadora hasta moderna.

Sus funciones son:

- Asesorar a los clientes sobre peinados de acuerdo a sus necesidades y características.
- Brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Orientarlos sobre productos.
- Mantener limpio su área de trabajo.

- **Personal de supervisión - sauna**

Especialista encargado en todo el funcionamiento y mantenimiento de los equipos que hacen posible el uso del sauna.

3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 9. Requerimiento de Personal

Área	Cargo	Cantidad	Modalidad De Contratación
Gerencia General	Gerente General	1	Tiempo completo 1,000.00
Administración	Recepcionista-Atención al cliente	1	Tiempo completo 930.00
Operaciones	Masajistas	1	Tiempo completo 930.00
	Personal de Estética	2	tiempo completo 930.00
	supervisor-sauna	1	tiempo completo 930.00

Elaboración: Propia

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Se optó por la selección de la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), de personería jurídica.

Entre sus características señala lo siguiente:

- ✓ Los socios no están obligados a responsabilizarse con su patrimonio personal.
- ✓ El capital es definido por los aportes de cada socio.
- ✓ Se compone de una Junta General de Accionistas, una gerencia y de manera opcional un directorio.
- ✓ Debe contar con un libro de Matrícula de Acciones, por ser de carácter privado.

4.2. Selección del Régimen Tributario

Nuestro negocio se acogerá al Régimen Especial de Renta (RER) ya que por nuestros ingresos anuales proyectados no superamos el monto límite de S/ 525,000, el valor de nuestros activos fijos tampoco supera los S/ 126,000, y además no excedemos el límite de trabajadores.

4.3. Selección del Régimen Laboral

Régimen Laboral REMYPE - microempresas:

Los trabajadores podrán disfrutar de:

- ✓ Ser asegurados al Sistema Integral de Salud, a cargo del Ministerio de Salud, este es un sistema semi-contributivo, es decir el Estado asume el 50% de este seguro y el empleador el otro 50%.
- ✓ Ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones, al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- ✓ Trabajar una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- ✓ Tener 24 horas continuas de descanso físico.
- ✓ Recibir una indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 10 remuneraciones diarias por año de trabajo, con un tope de 90 remuneraciones diarias.
- ✓ Disponer de 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su proporcional, pudiendo reducir de 15 a 7 días con la debida compensación económica.

4.4. Otros Trámites

- Constitución de Empresa
- Registros públicos
- Notaria (Legalización de Libros Contables)
- Licencia de funcionamiento
- Certificado de defensa civil
- Trámites Municipales

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión Inicial

Tabla 10. Inversión Inicial

N°		AREA		NS/.
1	Inversion en Activos			48,751.00
	1.1	Inversion en el Area de Produccion	35,041.00	
	1.2	Inversion en el Area de Administracion	6,910.00	
	1.3	Inversion en el Area de Comercializacion	6,800.00	
2		Tramites Legales		1,028.00
3		Imprevistos (10%)		4,977.90
			Total	**54,756.90**
4		Capital de Trabajo		40,500.00

Elaboración: Propia

5.2. Valor de Venta

Tabla 11. Valor de Venta

Productos	Valor de venta	Precio	IGV
MASAJES	25.42	30.00	4.58
CORTES	12.71	15.00	2.29
LIMPIEZA CORPORAL	38.14	45.00	6.86
LIMPIEZA FACIAL	38.14	45.00	6.86
SAUNAS	21.19	25.00	3.81
Corte + Limpeza facial	42.37	50.00	7.63
Corte + Masajes	33.90	40.00	6.10

Elaboración: Propia

5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

Tabla 12. Proyección de Ingresos en Unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
MASAJES	1152	1296	1584	1656	1944
CORTES	2592	2880	3456	3744	4392
LIMPIEZA CORPORAL	1296	1440	1512	1512	1800
LIMPIEZA FACIAL	1152	1296	1368	1512	1584
SAUNAS	1296	1512	1440	1512	1800
Corte + Limpeza facial	432	720	720	936	1368
Corte + Masajes	288	576	720	936	1296
Total	**8208**	**9720**	**10800**	**11808**	**14184**

Elaboración: Propia

5.4. Ingresos Proyectados en Soles

Tabla 13. Proyección de Ingresos en Nuevos Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
MASAJES	29,288.14	32,949.15	40,271.19	42,101.69	49,423.73
CORTES	32,949.15	36,610.17	43,932.20	47,593.22	55,830.51
LIMPIEZA CORPORAL	49,423.73	54,915.25	57,661.02	57,661.02	68,644.07
LIMPIEZA FACIAL	43,932.20	49,423.73	52,169.49	57,661.02	60,406.78
SAUNAS	27,457.63	32,033.90	30,508.47	32,033.90	38,135.59
Corte + Limpeza facial	18,305.08	30,508.47	30,508.47	39,661.02	57,966.10
Corte + Masajes	9,762.71	19,525.42	24,406.78	31,728.81	43,932.20
Total	**211,118.64**	**255,966.10**	**279,457.63**	**308,440.68**	**374,338.98**

Elaboración: Propia

5.5. Costos Proyectados por Unidad

Tabla 14. Costo Unitario

Productos	Costo Unitario
MASAJES	S/ 12.65
CORTES	S/ 2.80
LIMPIEZA CORPORAL	S/ 13.14
LIMPIEZA FACIAL	S/ 19.15
SAUNAS	S/ 6.60
Corte + Limpeza facial	S/ 20.48
Corte + Masajes	S/ 13.98

Elaboración: Propia

5.6. Costos Proyectados en Soles

Tabla 15. Proyección de Costos en Nuevos Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
MASAJES	14,572.80	16,394.40	20,037.60	20,948.40	24,591.60
CORTES	7,247.75	8,053.06	9,663.67	10,468.97	12,280.91
LIMPIEZA CORPORAL	17,028.36	18,920.40	19,866.43	19,866.43	23,650.51
LIMPIEZA FACIAL	22,065.12	24,823.26	26,202.33	28,960.47	30,339.54
SAUNAS	8,553.60	9,979.20	9,504.00	9,979.20	11,880.00
Corte + Limpeza facial	8,847.99	14,746.64	14,746.64	19,170.64	28,018.62
Corte + Masajes	4,025.58	8,051.16	10,063.94	13,083.13	18,115.10
Total	**82,341.20**	**100,968.12**	**110,084.61**	**122,477.23**	**148,876.28**

Elaboración: Propia

5.7. Gastos Proyectados Administrativos

Tabla 16. Gastos Administrativos

Item		Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Beneficios Laborales	Valor Total
1	Personal					
	1.1	Gerente	1	1,000.00	680.00	**12,680.00**
	1.2	Recepcionista - Caja	1	930.00	645.00	**11,805.00**
	1.3	Externo: Contador	1	400.00	-	**4,800.00**
	1.4					
2	Gastos Operacionales					
	2.1	Alquiler de Local	12	2,000.00		**24,000.00**
	2.2	Pago de Servicios Basicos (	12	1,965.00		**23,580.00**
	2.3	Utiles de oficina	12	150.00		**1,800.00**
	2.4	Otros gastos				**300.00**
				Total		**78,965.00**

Elaboración: Propia

5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

Tabla 17. Gastos de Comercialización

Item		Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal				
	1.1	Peluqueras	2	930.00	**23,610.00**
	1.2	Masajistas 1	1	930.00	**11,805.00**
	1.3	Masajista 2 (Desde el 3año)	1	930.00	**11,805.00**
	1.4	Supervisor de sauna	1	930.00	**11,805.00**
2	Gastos Operacionales				
	2.1	Diseño de pagina web	1	500.00	**500.00**
	2.2	Mantenimiento	12	300.00	**3,600.00**
	2.3	Publicidad (volantes)	1 millar	100.00	**100.00**
				Total	**63,225.00**
				1 y 2 año	**51,420.00**

Elaboración: Propia

5.9. Flujo Económico

Tabla 18. Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		211,118.64	255,966.10	279,457.63	308,440.68	374,338.98
Costos		82,341.20	100,968.12	110,084.61	122,477.23	148,876.28
Utilidad Bruta	0	128,777.45	154,997.98	169,373.02	185,963.45	225,462.70
Gastos Administrativos		78,965.00	78,965.00	78,965.00	78,965.00	78,965.00
Gastos de Comercializacion		51,420.00	51,420.00	63,225.00	63,225.00	63,225.00
Utilidad Operativa	0	- 1,607.55	24,612.98	27,183.02	43,773.45	83,272.70
Impuestos (1.5%)		3,166.78	3,839.49	4,191.86	4,626.61	5,615.08
Inversion	- 54,756.90					
Capital de Trabajo	- 40,500.00					
Utilidad Neta	**- 95,256.90**	**- 4,774.33**	**20,773.49**	**22,991.15**	**39,146.84**	**77,657.62**

Elaboración: Propia

5.10. Análisis Económico

Tabla 19. Análisis Económico

COK	17.00%
VAN	- 13,496.00
TIR	13%

	CAPITAL	TASA DE RENTABILIDAD	PARTICIPACION EN	COK	RENDIMIENTO DE INVERSION
socio 1	13,500.00	20.00%	33.33%	7.00%	2,700.00
socio 2	13,500.00	15.00%	33.33%	5.00%	2,025.00
socio 3	13,500.00	16.00%	33.33%	5.00%	2,160.00
	40,500.00		**100%**	**17%**	**6,885.00**

Elaboración: Propia

CAPITULO IV: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Decisión de Inversión

En base al desarrollo de la presente investigación, después de analizar los datos recopilados en el estudio de mercado y tras los resultados obtenidos en el Estudio Financiero, en el que nos muestran los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) negativo que es de S/. 13,496.00, así como una Tasa Interna de Retorno del 13%, esto nos indica que existe un bajo rendimiento económico y una deficiente rentabilidad esperada por lo cual se concluye como decisión de inversión no ejecutar la inversión, por demostrar ser poco rentable.

2. Recomendaciones

- Se recomienda independientemente del negocio que se piense ejecutar, evaluar y analizar bien los riesgos del proyecto.
- Analizar correctamente los resultados de la encuesta para así obtener una interpretación exacta que ayude con la formulación del proyecto.
- Estudiar los diferentes lugares que prestan estos servicios, para así recopilar una mayor información e idear una estrategia de mercado.
- Realizar las encuestas y entrevistas a los varones de manera presencial para ver el panorama real sobre las distintas preocupaciones que se presentan; además de visitar lugares similares de atención y cuidado personal para obtener información sobre los servicios más solicitados.
- Averiguar sobre los regímenes tributarios y sus beneficios antes de optar por una de ellas, ya que influirá en la economía de la empresa.

CONCLUSIONES

1. Se validó la siguiente hipótesis en la actualidad los jóvenes varones han tomado conciencia de la verdadera importancia que tiene el cuidado de su piel; considerando que esto no solamente está ligado a la belleza, sino también representa seguridad y amor propio. Con nuestra propuesta de idea de negocio, planteamos ofrecer una atención especializada acompañada de un buen servicio y un ambiente adecuado para ellos. Queremos ofrecerles un espacio en el que se sientan cómodos, relajados y disfruten de un tiempo.
2. Se determinó el segmento de mercado en la ciudad de Tacna que cuenta con una población de 329 332, y se estima que 49.7% de la población es masculina que puede estar interesado en un espacio solo para ellos. Concluimos indicando que el porcentaje de los clientes es un 24% de 20 a 49 años de edad, gracias a la tasa de la población. La propuesta del valor es brindar un servicio solo para varones con productos naturales peruanos, se les brindara un servicio personalizados. La presentación de nuestro servicio va dirigido a aquellos varones que gustan del arreglo, cuidado de su piel, aspecto personal ya que en la ciudad de Tacna no se cuenta con un Salón & Spa dedicados al cuidado de la imagen masculina. Los canales de comercialización serán de manera directa en el local y las redes sociales para realizar anuncios, promociones de temporada, en fin. La relación con el cliente será la cordialidad, respeto, confianza y paciencia, como también brindarles más información mediante nuestras redes sociales.

3. Capacidad instalada será un promedio de 30 personas al día, tomando en cuenta todos los servicios que ofrecemos.
4. La creación del negocio contará con todos los permisos legales, municipales para su funcionamiento.
5. El SALON & SPA estará acogido al régimen especial ya que nuestros ingresos anuales no superan de los 525,000 soles contaremos con personal sujeto a los diversos beneficios de acuerdo a ley y según el régimen tributario.
6. Según el Estudio Financiero se determinó una inversión inicial es de S/. 54,756.90, el Valor Actual Neto (VAN) negativo fue de S/. 13,496.00 y se obtuvo una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 13%.

BIBLIOGRAFÍA

Blog AgendaPro. (16 de 10 de 2019). *Equipos que debo tener en mi peluqueria*. Obtenido de Agenda Pro: https://blog.agendapro.com/equipos-para-peluqueria

Departamento de Estudios Economicos de la Sucursal Arequipa del BCRP. (04 de 12 de 2020). *Caracterizacion del Departamento de Tacna.* Obtenido de Banco Central de Reserva del Peru - Sucursal Arequipa: https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/tacna-caracterizacion.pdf

Direccion General de Seguimiento y Evaluacion. (12 de 04 de 2021). *Reporte Regional de Indicadores Sociales del Departamento de Tacna.* Obtenido de DGSE - MIDIS: https://sdv.midis.gob.pe/RedInforma/Upload/regional/Tacna.pdf

Escalante, E. (24 de 09 de 2016). *Como iniciar un Salon de Belleza y Spa en el Peru*. Obtenido de MiEmpresaPropia - mep: https://www.mep.pe/programa-miempresapropia-para-salon-de-belleza-y-spa-2/

La Cámara. (05 de Marzo de 2020). *Copecoh: sector Cosméticos crecería entre 2,6% y 3,2% el 2020.* Obtenido de La Cámara Revista Digital de la Camara de Comercio de Lima: https://lacamara.pe/copecoh-sector-cosmeticos-e-higiene-creceria-entre-31-y-41-el-2020/

Ministerio de Trabajo y Promocion del Empleo. (2014). *Derechos Laborales de los Trabajadores.* Obtenido de Trabajo: https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf

Molina Castillo, C. (2019). El mercado de cosmetica e higiene personal en Perú. En C. M. Molina Castillo. Lima: ICEX España Exportacion e Inversiones, E,P.E., M.P.

Molina Castillo, C. (2019). El mercado de cosmética e higiene personal en Perú. En C. M. Molina Castillo. Lima: ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

SUNAT. (2018). *EMPRENDER SUNAT*. Obtenido de SUNAT: https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo

ANEXOS

ANEXO 01: ENCUESTA

SALON & SPA PARA VARONES.

Buen día/tarde/noche somos estudiantes del Instituto Superior Tecnológico John Von Neumann, estamos realizando una encuesta para nuestro proyecto de Salón & Spa, agradecemos por su ayuda.

Día a día queremos mejorar, ayúdanos a hacerlo, sólo será un minuto de tu tiempo tus respuestas serán confidenciales y anónimas.

NOTA: ES UNA ENCUESTA DIRIGIDA A VARONES.

1) Menciona tu edad:
   - (20-25) años
   - (26-30) años
   - (31-35) años
   - (36-40) años
   - (41-45) años
2) ¿Te gustaría un salón & spa exclusivo para varones?
   - si
   - No
3) ¿Conoces los servicios que brindan un salón & spa?
   - si

- No

4) ¿Con que frecuencia asiste a un salón & spa?
   - 1 vez por semana
   - 1 o 2 veces al mes
   - 1 o 2 veces al año
   - Ninguna
5) Señale los servicios que a usted más le interese.
   - masajes
   - tratamientos corporales
   - limpieza facial
   - cortes de cabello
   - saunas
   - todas las anteriores
6) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de masaje?
   - 50 soles a mas
   - 40 soles
   - 30 soles
   - 25 soles
7) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de tratamiento corporal?
   - 60 soles a más
   - 50 soles
   - 45 soles
8) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de limpieza facial?

- 60 soles
- 50 soles
- 45 soles

9) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de cortes de cabello?
   - 25 soles
   - 20 soles
   - 15 soles
   - 10 soles

10) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de saunas?
   - 50 soles
   - 40 soles
   - 30 soles
   - 25 soles

11) ¿En qué horario suelen asistir a un Salón &Spa?
   - 9am-11am
   - 12pm-2pm
   - 3pm-5pm
   - 6pm-8pm

12) ¿Consideras importante los productos naturales que se utiliza en un salón & spa?
   - Si
   - No

13) ¿Qué aspectos considera usted de mayor importancia para asistir a un Salón Spa?

- Precio
- Horario
- Ubicación
- Instalaciones y equipo
- variedad de servicios
- Buena atención al cliente

14) ¿Por qué medio se entera de los lugares que suele concurrir?

- Redes Sociales (Facebook, otros)
- Paneles Publicitarios
- Recomendaciones

ANEXO 02: ESTUDIO ECONOMICO

Cuadro N° 19: Inversion en Activos - Produccion

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
PELUQUERIA				
1	Estantes	3	250.00	S/ 750.00
2	Sillas de corte	2	500.00	S/ 1,000.00
3	Espejos medianos	2	120.00	S/ 240.00
4	Futon -Sofa de espera	1	700.00	S/ 700.00
5	Percheros de pared	2	10.00	S/ 20.00
6	Espejos de mano	2	40.00	S/ 80.00
7	Maquinas de cortar	2	89.00	S/ 178.00
8	Kit de Tijeras y navajas		132.00	S/ 132.00
9	Capas de corte	2	35.00	S/ 70.00
10	Set Peines y cepillos	1	50.00	S/ 50.00
11	Secadores	2	150.00	S/ 300.00
12	Brocha quita pelos	2	28.00	S/ 56.00
13	Spray Pulverizador	3	30.00	S/ 90.00
14	Otros productos de peluqueria	-		S/ 280.00
15	Productos de Decoracion	-		S/ 250.00
16	Carros ayudantes de peluqueria	2	280.00	S/ 560.00
17	Uniforme de peluqueria	3	40.00	S/ 120.00
SPA Y SAUNA				
18	Camilla de masajes	1	1,480.00	S/ 1,480.00
19	Estantes o repisas	2	620.00	S/ 1,240.00
20	Mesas auxiliares pequeñas	1	120.00	S/ 120.00
21	sabanas y toallas desechables (100uni.)		280.00	S/ 280.00
22	aceites, esencias, y cremas	3	120.00	S/ 360.00
23	Accesorios de Decoracion	-		S/ 250.00
24	Biombo (separador de ambiente)	1	400.00	S/ 400.00
25	Silla	1	65.00	S/ 65.00
26	Colgador de ropa	1	100.00	S/ 100.00
27	Parlante-musica	1	120.00	S/ 120.00
28	Generador de Vapor -sauna	1	3,700.00	S/ 3,700.00
29	Calefactor de sauna electrico	1	2,900.00	S/ 2,900.00
30	Locker	1	750.00	S/ 750.00
	Acondicionamiento			S/ 18,400.00
	Instalaciones de equipos (conexiones y demas)	-	2,300.00	
	Amoblamiento de las cabinas de sauna	-	3,500.00	
	remodelacion del local (reparaciones, construc. y acabados)	-	12,600.00	
			Total	**35,041.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 20: Inversion en Activos - Administracion

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadora	2	1500	3,000.00
2	counter-escritorio de recepcion	2	1100	2,200.00
3	Silla giratoria	2	350	700.00
4	impresora	1	450	450.00
5	Utiles de oficina	1	150	150.00
6	Acondicionamiento			410.00
			Total	**6,910.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 21: Inversion en Activos - Operativos

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Publicidad (volantes)	1 millar	100.00	100.00
2	sillon de espera	1	1,200.00	1,200.00
3	Televisor 42'	1	1,200.00	1,200.00
4	Remodelacion del inmueble			1,500.00
5	Productos de decoracion y ambientacion			2,800.00
			Total	**6,800.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 22: Tramites Legales

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Reserva de nombre	1	20.00	S/ 20.00
2	Elaboracion de la minuta de constitucion	1	250.00	S/ 250.00
5	Elaboracion de Escritura Publica	1	165.00	S/ 165.00
4	Inscripcion en registros publicos	1	30.00	S/ 30.00
6	Legalizacion de libros contables	2	20.00	S/ 40.00
8	Licencia de Funcionamiento	1	300.00	S/ 300.00
9	Certificado de defensa Civil	1	223.00	S/ 223.00
			Total	**1,028.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 23: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 01

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
MASAJES	120	120	120	72	72	72	120	120	120	72	72	72	**1,152.00**
CORTES	240	240	240	192	192	192	240	240	240	192	192	192	**2,592.00**
LIMPIEZA CORPORAL	120	120	120	96	96	96	120	120	120	96	96	96	**1,296.00**
LIMPIEZA FACIAL	120	120	120	72	72	72	120	120	120	72	72	72	**1,152.00**
SAUNAS	120	120	120	96	96	96	120	120	120	96	96	96	**1,296.00**
Paquetes de promocion													
Corte + Limpeza facial	48	48	48	24	24	24	48	48	48	24	24	24	**432.00**
Corte + Masajes	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	**288.00**
Total	**792.00**	**792.00**	**792.00**	**576.00**	**576.00**	**576.00**	**792.00**	**792.00**	**792.00**	**576.00**	**576.00**	**576.00**	**8,208.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 24: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 02

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
MASAJES	144	144	144	96	96	96	120	120	120	72	72	72	**1,296.00**
CORTES	264	264	264	216	216	216	264	264	264	216	216	216	**2,880.00**
LIMPIEZA CORPORAL	144	144	144	96	96	96	120	120	120	120	120	120	**1,440.00**
LIMPIEZA FACIAL	144	144	144	72	72	72	120	120	120	96	96	96	**1,296.00**
SAUNAS	144	144	144	120	120	120	144	144	144	96	96	96	**1,512.00**
Paquetes de promocionales													
Corte + Limpeza facial	72	72	72	48	48	48	72	72	72	48	48	48	**720.00**
Corte + Masajes	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	**576.00**
Total	**960.00**	**960.00**	**960.00**	**696.00**	**696.00**	**696.00**	**888.00**	**888.00**	**888.00**	**696.00**	**696.00**	**696.00**	**9,720.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 25: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 03

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
MASAJES	144	144	144	144	144	144	120	120	120	120	120	120	**1,584.00**
CORTES	312	312	312	264	264	264	312	312	312	264	264	264	**3,456.00**
LIMPIEZA CORPORAL	144	144	144	96	96	96	168	168	168	96	96	96	**1,512.00**
LIMPIEZA FACIAL	192	192	192	72	72	72	120	120	120	72	72	72	**1,368.00**
SAUNAS	144	144	144	96	96	96	120	120	120	120	120	120	**1,440.00**
Paquetes de promocionales													
Corte + Limpeza facial	72	72	72	72	72	72	48	48	48	48	48	48	**720.00**
Corte + Masajes	72	72	72	48	48	48	72	72	72	48	48	48	**720.00**
Total	**1,080.00**	**1,080.00**	**1,080.00**	**792.00**	**792.00**	**792.00**	**960.00**	**960.00**	**960.00**	**768.00**	**768.00**	**768.00**	**10,800.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 26: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 04

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
MASAJES	144	144	144	144	144	144	144	144	144	120	120	120	**1,656.00**
CORTES	336	336	336	288	288	288	336	336	336	288	288	288	**3,744.00**
LIMPIEZA CORPORAL	144	144	144	96	96	96	168	168	168	96	96	96	**1,512.00**
LIMPIEZA FACIAL	216	216	216	72	72	72	120	120	120	96	96	96	**1,512.00**
SAUNAS	144	144	144	120	120	120	120	120	120	120	120	120	**1,512.00**
Paquetes de promocionales													
Corte + Limpeza facial	120	120	120	72	72	72	72	72	72	48	48	48	**936.00**
Corte + Masajes	96	96	96	72	72	72	72	72	72	72	72	72	**936.00**
Total	**1,200.00**	**1,200.00**	**1,200.00**	**864.00**	**864.00**	**864.00**	**1,032.00**	**1,032.00**	**1,032.00**	**840.00**	**840.00**	**840.00**	**11,808.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 27: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 05

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
MASAJES	168	168	168	168	168	168	168	168	168	144	144	144	**1,944.00**
CORTES	384	384	384	360	360	360	384	384	384	336	336	336	**4,392.00**
LIMPIEZA CORPORAL	168	168	168	120	120	120	192	192	192	120	120	120	**1,800.00**
LIMPIEZA FACIAL	168	168	168	96	96	96	144	144	144	120	120	120	**1,584.00**
SAUNAS	168	168	168	144	144	144	144	144	144	144	144	144	**1,800.00**
Paquetes de promocionales													
Corte + Limpeza facial	144	144	144	120	120	120	120	120	120	72	72	72	**1,368.00**
Corte + Masajes	120	120	120	96	96	96	96	96	96	120	120	120	**1,296.00**
Total	**1,320.00**	**1,320.00**	**1,320.00**	**1,104.00**	**1,104.00**	**1,104.00**	**1,248.00**	**1,248.00**	**1,248.00**	**1,056.00**	**1,056.00**	**1,056.00**	**14,184.00**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 28: Costo Unitario Masajes				
	Descripcion	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
(MASAJES)				
1	aceite corporal	8ml	/.50.00 (200 ml)	**2.00**
2	aceite de esencia aromatico	1 ml	S/. 30.00 (10ml)	**3.00**
3	toallas desechables	1	5.00	**5.00**
4	sabanas desechables	1	1.50	**1.50**
Subtotal				**11.50**
Mermas (10%)				**1.15**
			Total	**12.65**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 29: Costo Unitario Cortes				
	Descripcion	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
(CORTES)				
1	Alcohol desinfectante	3ml	40.00 x 118 ml	**1.02**
2	Talco	1	0.10	**0.10**
3	Espuma para afeitar	15 ml	19.00 x 200 ml	**1.43**
Subtotal				**2.54**
Mermas (10%)				**0.25**
			Total	**2.80**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 30: Costo Unitario Limpieza Facial

	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
(LIMPIEZA FACIAL)				
1	exfoliante	10 ml	S/.55.00 (500 ml)	**1.10**
2	mascarilla	1	15.00	**15.00**
3	crema hidratante	5 ml	S/. 35.00 (400 ml)	**0.44**
4	papel absorbente natural	1	S/. 35.00 (40 unid.)	**0.88**
Subtotal				**17.41**
Mermas (10%)				**1.74**
			Total	**19.15**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 31: Costo Unitario Limpieza Corporal

	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
(LIMPIEZA CORPORAL)				
1	exfoliante	85 gr	55.00 (500 gr)	**8.80**
2	crema reductora	15 gr	50.00 (500 gr)	**1.50**
3	crema hidratente	25 ml	35.00 (532 ml)	**1.64**
Subtotal				**11.94**
Mermas (10%)				**1.19**
			Total	**13.14**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 32: Costo Unitario Sauna				
	Descripcion	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
(SAUNA)				
1	Eucalipto	3 atado	1.00	**3.00**
2	Manzanilla	3 atado	1.00	**3.00**
Subtotal				**6.00**
Mermas (10%)				**0.60**
			Total	**6.60**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 33: Costo Unitario (Corte+Masaje)				
	Descripcion	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
(CORTE + MASAJES)				
1	aceite corporal	8ml	S/.50.00 (200 ml)	**2.00**
2	aceite de esencia aromatico	1 ml	S/. 30.00 (10ml)	**3.00**
3	toallas desechables	1	5.00	**5.00**
4	sabanas desechables	1	1.50	**1.50**
5	equipos y accesorios de corte (desgaste)			**0.09**
6	Alcohol desinfectante	3ml	40.00 x 118 ml	**1.02**
7	Talco	1	0.10	**0.10**
Subtotal				**12.71**
Mermas (10%)				**1.27**
			Total	**13.98**

Elaboración: Propia

Cuadro N° 34: Costo Unitario (Corte+Limpieza Facial)

	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
(CORTE + LIMPIEZA FACIAL)				
1	equipos y accesorios de corte			**0.09**
2	Alcohol desinfectante	3ml	40.00 x 118 ml	**1.02**
3	Talco	1	0.10	**0.10**
4	exfoliante	10 ml	S/.55.00 (500ml)	**1.10**
5	mascarilla	1	15.00	**15.00**
6	crema hidratante	5 ml	S/. 35.00 (400 ml)	**0.44**
7	papel absorbente natural	1	S/. 35.00 (40 unid.)	**0.88**
Subtotal				**18.62**
Mermas (10%)				**1.86**
			Total	**20.48**

Elaboración: Propia