

**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE  
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y BARBERÍA A DOMICILIO  
EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**

**HELVER DE JESÚS ÁLVAREZ PERTUZ**

**LUISA FERNANDA DURANGO HERNÁNDEZ**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MONTERÍA – CÓRDOBA**

**2019**

**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE  
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y BARBERÍA A DOMICILIO  
EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**

**HELVER DE JESÚS ÁLVAREZ PERTUZ**

**LUISA FERNANDA DURANGO HERNÁNDEZ**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de  
Administrador en Fianzas y Negocios Internacionales**

**Asesor:**

**JORGE RAFAEL GARCÍA PATERNINA**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**MONTERÍA – CÓRDOBA**

**2019**

## **AGRADECIMIENTOS**

En agradecimiento, se quiere resaltar la colaboración de todas aquellas personas, que, con su gesto de amabilidad y cooperación, contribuyeron en el diligenciamiento de las encuestas. Así mismo, se desea dar especial agradecimiento por abrir sus puertas y ser partícipes del presente estudio a Rizos Peluquería, Jhon Bololo Peluquería, George Pulquería, Mendoza & Mendoza, Oleida Peluquería, Luz Mery H. Peluquería, Siempre Bellas, Peluquería Destellos, Gina García Peluquería y Mares Peluquería.

## **DEDICATORIA**

El presente estudio está dedicado a la Universidad de Córdoba por ser el pilar educativo del departamento, con más de 50 años de experiencia, ha logrado ubicarse y ser reconocida como una de las mejores instituciones de educación superior tanto a nivel regional como nacional, con acreditación institucional. De igual manera, está dedicado al cuerpo docente del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas, quienes han compartido sus conocimientos y contribuido en el crecimiento personal y profesional, a lo largo de los últimos 5 años.

## TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. INTRODUCCIÓN.....	14
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	19
3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	20
3.1.REFERENTE TEÓRICO.....	20
3.1.1. Sector de Servicios.....	20
3.1.2. Creación de Empresa.....	22
3.1.2.1. <i>Estudio de Mercado</i> .....	23
3.1.2.2. <i>Estudio Técnico</i> .....	24
3.1.2.3. <i>Estudio Administrativo u Organizacional</i> .....	24
3.1.2.4. <i>Estudio Financiero</i> .....	25
3.2.REFERENTE CONCEPTUAL.....	26
4. ESTUDIO DE MERCADO.....	32
4.1.CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	32
4.1.1. Descripción.....	32
4.1.2. Beneficios.....	33
4.1.2.1. <i>Para los Clientes</i> .....	33
4.1.2.2. <i>Para el Personal de Peluquería y Barbería</i> .....	33
4.1.2.3. <i>Para la Empresa</i> .....	33
4.2.CONSUMIDOR FINAL.....	34
4.2.1. Segmento de Mercado.....	34
4.2.2. Características del Consumidor Final.....	34
4.3.DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA.....	36
4.4.ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	39
4.4.1. Cálculo de la Demanda Actual.....	39
4.4.1.1. <i>Cálculo de la Demanda Actual de Servicios de Peluquería</i> .....	39
4.4.1.1.1. <i>Proyección de la Demanda Actual de Servicios de Peluquería</i> .....	41
4.4.1.2. <i>Cálculo de la Demanda Actual de Servicios de Barbería</i> .....	42
4.4.1.2.1. <i>Proyección de la Demanda Actual de Servicios de Barbería</i> .....	44

<b>4.5.ANÁLISIS DE LA OFERTA.....</b>	<b>45</b>
<b>4.5.1. Cálculo de la Oferta Actual.....</b>	<b>45</b>
<b>4.5.1.1. <i>Cálculo de la Oferta Actual de Servicios de Peluquería</i>.....</b>	<b>45</b>
<b>4.5.1.1.1. <i>Proyección de la Oferta Actual de Servicios de Peluquería</i>.....</b>	<b>47</b>
<b>4.5.1.2. <i>Cálculo de la Oferta Actual de Servicios de Barbería</i>.....</b>	<b>48</b>
<b>4.5.1.2.1. <i>Proyección de la Oferta Actual de Servicios de Barbería</i>.....</b>	<b>49</b>
<b>4.6.DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA.....</b>	<b>51</b>
<b>4.6.1. Proyección de la Demanda Existente de Servicios de Peluquería.....</b>	<b>52</b>
<b>4.6.2. Proyección de la Demanda Existente de Servicios de Barbería.....</b>	<b>53</b>
<b>4.7.ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.....</b>	<b>54</b>
<b>4.8.CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>4.9.IMAGEN CORPORATIVA.....</b>	<b>57</b>
<b>4.10. ESTRATEGIA PUBLICITARIA.....</b>	<b>58</b>
<b>5. ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>60</b>
<b>5.1.TAMAÑO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....</b>	<b>60</b>
<b>5.1.1. Variables que Definen el Tamaño de la Prestación de Servicios.....</b>	<b>60</b>
<b>5.1.1.1. <i>Dimensión del Mercado</i>.....</b>	<b>60</b>
<b>5.1.1.2. <i>Insumos, Equipos y Tecnología</i>.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1.1.3. <i>Personal</i>.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1.2. Porcentaje de Cobertura.....</b>	<b>63</b>
<b>5.2.LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>64</b>
<b>5.2.1. Macrolocalización.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2.2. Microlocalización.....</b>	<b>67</b>
<b>5.3.DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....</b>	<b>69</b>
<b>5.4.PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....</b>	<b>70</b>
<b>5.4.1. Descripción del Proceso de Prestación de Servicios.....</b>	<b>71</b>
<b>5.4.1.1. <i>Solicitudes</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>5.4.1.2. <i>Recepción de Solicitudes</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>5.4.1.3. <i>Clasificación de Solicitudes</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>5.4.1.4. <i>Búsqueda de Personal</i>.....</b>	<b>72</b>
<b>5.4.1.5. <i>Confirmación de la Solicitud</i>.....</b>	<b>72</b>

5.4.1.6.	<i>Agendamiento del Servicio</i> .....	72
5.4.1.7.	<i>Despacho del Personal</i> .....	73
5.5.	<b>MAQUINARIA DE TRABAJO</b> .....	74
5.6.	<b>NATURALEZA JURÍDICA</b> .....	76
5.7.	<b>MISIÓN</b> .....	82
5.8.	<b>VISIÓN</b> .....	82
5.9.	<b>ORGANIGRAMA</b> .....	83
5.10.	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> .....	84
5.11.	<b>REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO</b> .....	91
6.	<b>ESTUDIOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL</b> .....	92
6.1.	<b>IMPACTO SOCIAL</b> .....	92
6.2.	<b>IMPACTO ECONÓMICO</b> .....	93
6.3.	<b>IMPACTO AMBIENTAL</b> .....	94
7.	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	95
7.1.	<b>INVERSIONES FIJAS</b> .....	95
7.2.	<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b> .....	97
7.3.	<b>INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	98
7.4.	<b>DISTRIBUCIÓN DE COSTOS</b> .....	107
7.5.	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> .....	108
7.6.	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	110
7.7.	<b>FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b> .....	112
7.8.	<b>PROYECCIONES FINANCIERAS</b> .....	114
7.9.	<b>FLUJO NETO DE OPERACIÓN</b> .....	117
7.10.	<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO</b> .....	118
7.11.	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	119
7.11.1.	<b>Valor Presente Neto (VPN)</b> .....	119
7.11.2.	<b>Relación Beneficio/Costo (R B/C)</b> .....	120
7.11.3.	<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b> .....	121
8.	<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN</b> .....	122
9.	<b>CONCLUSIONES</b> .....	123
10.	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	125

<b>11. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>126</b>
<b>12. ANEXOS.....</b>	<b>131</b>



## LISTA DE TABLAS

	<b>Página</b>
<b>Tabla 1:</b> Porcentaje de personas que utilizan servicios de peluquería en sitios especiales para ello.....	<b>40</b>
<b>Tabla 2:</b> Cantidad de consumo anual de servicios de peluquería.....	<b>41</b>
<b>Tabla 3:</b> Proyección de la demanda actual de servicios de peluquería.....	<b>41</b>
<b>Tabla 4:</b> Porcentaje de personas que utilizan servicios de barbería en sitios especiales para ello.....	<b>42</b>
<b>Tabla 5:</b> Cantidad de consumo anual de servicios de barbería.....	<b>44</b>
<b>Tabla 6:</b> Proyección de la demanda actual de servicios de barbería.....	<b>44</b>
<b>Tabla 7:</b> Servicios de peluquería atendidos al año.....	<b>46</b>
<b>Tabla 8:</b> Proyección de la oferta actual de servicios de peluquería.....	<b>47</b>
<b>Tabla 9:</b> Servicios de barbería atendidos al año.....	<b>49</b>
<b>Tabla 10:</b> Proyección de la oferta actual de servicios de barbería.....	<b>50</b>
<b>Tabla 11:</b> Proyección de la demanda existente de servicios de peluquería.....	<b>52</b>
<b>Tabla 12:</b> Proyección de la demanda existente de servicios de barbería.....	<b>53</b>
<b>Tabla 13:</b> Análisis de Precios.....	<b>55</b>
<b>Tabla 14:</b> Tamaño de prestación de servicios de peluquería.....	<b>62</b>
<b>Tabla 15:</b> Tamaño de prestación de servicios de barbería.....	<b>62</b>
<b>Tabla 16:</b> Macrolocalización.....	<b>66</b>
<b>Tabla 17:</b> Microlocalización.....	<b>68</b>
<b>Tabla 18:</b> Maquinaria de Trabajo: Equipos e Insumos.....	<b>74</b>
<b>Tabla 19:</b> Manual de funciones del gerente.....	<b>84</b>

<b>Tabla 20:</b> Manual de funciones de la secretaria ejecutiva.....	<b>85</b>
<b>Tabla 21:</b> Manual de funciones del contador.....	<b>86</b>
<b>Tabla 22:</b> Manual de funciones del auxiliar de cartera.....	<b>87</b>
<b>Tabla 23:</b> Manual de funciones del personal de peluquería.....	<b>88</b>
<b>Tabla 24:</b> Manual de funciones del personal de barbería.....	<b>89</b>
<b>Tabla 25:</b> Manual de funciones del auxiliar de aseo.....	<b>90</b>
<b>Tabla 26:</b> Inversión en Obras Físicas.....	<b>95</b>
<b>Tabla 27:</b> Inversión en Maquinaria y Equipos.....	<b>96</b>
<b>Tabla 28:</b> Inversión en Muebles y Enseres.....	<b>97</b>
<b>Tabla 29:</b> Inversiones Diferidas.....	<b>97</b>
<b>Tabla 30:</b> Costo de Mano de Obra.....	<b>99</b>
<b>Tabla 31:</b> Costo de Materiales.....	<b>100</b>
<b>Tabla 32:</b> Gastos de Servicios Públicos.....	<b>101</b>
<b>Tabla 33:</b> Gastos por Depreciación.....	<b>102</b>
<b>Tabla 34:</b> Remuneración al Personal Administrativo.....	<b>104</b>
<b>Tabla 35:</b> Otros Gastos Administrativos.....	<b>105</b>
<b>Tabla 36:</b> Amortización de Gastos Diferidos.....	<b>105</b>
<b>Tabla 37:</b> Gastos de Venta.....	<b>106</b>
<b>Tabla 38:</b> Distribución de Costos.....	<b>107</b>
<b>Tabla 39:</b> Proyección del Capital de Trabajo.....	<b>111</b>
<b>Tabla 40:</b> Programa de Inversión Fija del Proyecto.....	<b>112</b>
<b>Tabla 41:</b> Programa de Inversión.....	<b>112</b>
<b>Tabla 42:</b> Valor Residual de Activos.....	<b>113</b>

<b>Tabla 43:</b> Flujo Neto de Inversión.....	<b>113</b>
<b>Tabla 44:</b> Presupuesto de Ingresos.....	<b>114</b>
<b>Tabla 45:</b> Presupuesto de Costos de Operación.....	<b>115</b>
<b>Tabla 46:</b> Presupuesto de Gastos de Administración.....	<b>115</b>
<b>Tabla 47:</b> Presupuesto de Gastos de Venta.....	<b>115</b>
<b>Tabla 48:</b> Presupuesto de Costos Operacionales.....	<b>116</b>
<b>Tabla 49:</b> Flujo Neto de Operación.....	<b>117</b>
<b>Tabla 50:</b> Flujo Neto del Proyecto.....	<b>118</b>
<b>Tabla 51:</b> Valor Presente Neto (VPN).....	<b>119</b>
<b>Tabla 52:</b> Tasa Interna de Retorno (TIR).....	<b>121</b>

## **ANEXOS**

<b>Tabla 53:</b> Cantidad de clientes de peluquería atendidos por semana.....	<b>165</b>
<b>Tabla 54:</b> Cantidad de clientes de barbería atendidos por semana.....	<b>165</b>
<b>Tabla 55:</b> Cantidad de empleados por peluquería/barbería.....	<b>171</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

	<b>Página</b>
<b>Gráfico 1:</b> N° de Habitantes de Montería para el 2019 (Casco Urbano y Rural).....	<b>36</b>
<b>Gráfico 2:</b> Porcentaje de consumidores que se dirigen a un sitio de servicios de peluquería.....	<b>39</b>
<b>Gráfico 3:</b> Porcentaje de frecuencia de consumo de servicios de peluquería.....	<b>40</b>
<b>Gráfico 4:</b> Porcentaje de consumidores que se dirigen a un sitio de servicios de barbería.....	<b>42</b>
<b>Gráfico 5:</b> Porcentaje de frecuencia de consumo de servicios de barbería.....	<b>43</b>
<b>Gráfico 6:</b> Porcentaje de servicios de peluquería atendidos a la semana.....	<b>45</b>
<b>Gráfico 7:</b> Porcentaje de servicios de barbería atendidos a la semana.....	<b>48</b>
<b>Gráfico 8:</b> Canal de Comercialización.....	<b>56</b>
<b>Gráfico 9:</b> Distribución en Planta.....	<b>69</b>
<b>Gráfico 10:</b> Proceso de Prestación de Servicios.....	<b>70</b>
<b>Gráfico 11:</b> Organigrama.....	<b>83</b>
<b>Gráfico 12:</b> Flujo Neto del Proyecto.....	<b>118</b>
<b>ANEXOS</b>	
<b>Gráfico 13:</b> Consumidores de servicios de peluquería ofrecidos en sitios especializados.....	<b>141</b>
<b>Gráfico 14:</b> Consumidores de servicios de barbería ofrecidos en sitios especializados.....	<b>143</b>
<b>Gráfico 15:</b> Frecuencia de consumo de servicios de peluquería.....	<b>144</b>
<b>Gráfico 16:</b> Días de preferencia de solicitudes de servicios de peluquería.....	<b>145</b>
<b>Gráfico 17:</b> Momentos del día preferidos para solicitudes de servicios de peluquería.....	<b>147</b>
<b>Gráfico 18:</b> Sitios de preferencia para solicitud de servicios de peluquería.....	<b>148</b>
<b>Gráfico 19:</b> Servicios de peluquería de mayor solicitud.....	<b>149</b>
<b>Gráfico 20:</b> Cumplimiento de expectativas sobre servicios de peluquería prestados.....	<b>152</b>

<b>Gráfico 21:</b> Frecuencia de consumo de servicios de barbería.....	154
<b>Gráfico 22:</b> Días de preferencia de solicitudes de servicios de barbería.....	155
<b>Gráfico 23:</b> Momentos del día preferidos para solicitudes de servicios de barbería.....	157
<b>Gráfico 24:</b> Sitios de preferencia para solicitud de servicios de barbería.....	158
<b>Gráfico 25:</b> Servicios de barbería de mayor solicitud.....	159
<b>Gráfico 26:</b> Cumplimiento de expectativas sobre servicios de barbería prestados.....	161
<b>Gráfico 27:</b> Porcentaje de preferencia de atención experta en el área.....	162
<b>Gráfico 28:</b> Nivel de aceptación de creación de la empresa.....	163
<b>Gráfico 29:</b> Nivel de satisfacción de los clientes.....	164
<b>Gráfico 30:</b> Días preferidos para ofertar servicios.....	166
<b>Gráfico 31:</b> Momentos del día preferidos para atender servicios.....	167
<b>Gráfico 32:</b> Servicios de peluquería de mayor atención.....	168
<b>Gráfico 33:</b> Servicios de barbería de mayor atención.....	170
<b>Gráfico 34:</b> Nivel de preparación del personal de peluquería/barbería.....	172
<b>Gráfico 35:</b> Porcentaje de propiedad sobre el local.....	173
<b>Gráfico 36:</b> Consideracion de mejoramiento del negocio actual.....	174

## 1. INTRODUCCIÓN

Montería, como capital del departamento de Córdoba, es considerada también la capital ganadera de Colombia y conocida como la Perla del Sinú por ubicarse a las orillas del río que lleva ese mismo nombre. Limita al norte con los municipios de Cereté, Puerto Escondido y San Pelayo; al este con Planeta Rica y San Carlos; al sur con Tierralta y Valencia; y al oeste con Canalete, Los Córdoba y el departamento de Antioquia. Así mismo, por ser capital, es una ciudad con gran cantidad de habitantes, en la que, según reportes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- (2005), en el censo general nacional realizado en dicho año, y de acuerdo a su proyección poblacional 2005-2020 establecida entonces, para el 2019 se contaría con una población alrededor de los 460 mil habitantes, de los cuales un 76% aproximadamente ocupan áreas en el casco urbano.

En esta ciudad, una de las actividades económicas generadoras de ingresos en el sector de servicios, cuyo crecimiento se puede evidenciar en diferentes zonas urbanísticas por el incremento en la apertura de este tipo de establecimientos comerciales, es la relacionada con peluquería y barbería. Este servicio, por sus propias características, puede ser solicitado por personas de casi todas las edades, sin discriminación alguna, por simples motivos de higiene, estética o moda. Sin embargo, a pesar de las oportunidades que este sector puede ofrecer por el crecimiento que ha tenido en los últimos años, el modelo de negocio en el que actualmente este tipo de servicios es prestado, presenta algunas debilidades que se podrían dirimir.

Normalmente, quienes se dedican a trabajar en la prestación de este servicio, adecuan un local comercial para ello, con la respectiva contratación de personal, que en ocasiones no son profesionales en dicha actividad, en especial, aquellas peluquerías y/o barberías de barrio.

Es así como, los tres siguientes síntomas problemáticos, en cierto modo, limitan la prestación de servicios de peluquería y barbería, a la vez que, no permiten satisfacer a cabalidad con la demanda creciente que se está evidenciando.

Como primer síntoma entonces, se tienen los tiempos de desocupación altos. El tiempo de llegada entre cliente y cliente puede ser alto. Es decir, que, pueden ocurrir varios minutos e incluso horas para que, después de ser atendido un cliente, llegue otro. Esto implica que los empleados estarán por un determinado tiempo sin generar ingresos, pero los gastos de manutención del local seguirán constantes, así como el pago de mano de obra de estos.

El segundo síntoma trata sobre la limitación al área geográfica de la ubicación del establecimiento comercial. Por lo general, la mayoría de los clientes de una peluquería y/o barbería son personas quienes viven circundantes a estos. El negocio o el(los) propietario(s) de estos tendrían que ser altamente reconocidos a nivel municipal, para que personas de zonas diferentes a la ubicación del local lleguen. Esto puede significar que, un establecimiento de este tipo, no va a manejar gran cantidad de clientes por días y/o semanas, teniendo en cuenta la cantidad de habitantes que la ciudad tiene.

En cuanto al último síntoma, hay incapacidad para atender gran cantidad de clientes simultáneamente, ya que sus operaciones son ejecutadas en serie. Esto hace que sea limitado el número de clientes que se atienden por turno. Es decir que, la cantidad de clientes atendidos en cierta hora dependerá de la cantidad de empleados contratados.

De esta manera, sin importar cuál de los tres síntomas, o todos, aplique para los establecimientos de peluquería y/o barbería que hay en Montería, siguen siendo circunstancias que no permiten cubrir toda la demanda que hay en la ciudad, o al menos la mayor parte de ella, de una manera eficiente y oportuna, teniendo en cuenta el momento en el que el cliente solicita el servicio. Para ello, es igualmente importante identificar las causas que provocan cada uno de estos síntomas.

Entonces, para el caso del primer síntoma, la mala planificación o agenda en la atención de los clientes es lo que genera que haya algunos días o algunos momentos del día que estén más ocupados que otros. Para el segundo síntoma, abrir un establecimiento comercial sin una campaña de publicidad eficaz, ya sea a través de volantes o publicaciones en redes sociales, destinará ese negocio a que sus clientes sean, básicamente, personas que pasen por él y se percaten de su existencia. Para el caso del tercer síntoma, no se puede atender gran número de clientes porque simplemente no se cuenta con un número de empleados adecuado, y la cantidad de empleados contratados dependerá de dos factores: la cantidad de consumidores que lleguen al establecimiento a solicitar servicios de peluquería y/o barbería, que a su vez depende del reconocimiento que el negocio tenga en el mercado, y las condiciones de infraestructura del local.

Siendo así, si estas casusas no son asistidas, a pesar del buen servicio de peluquería y/o barbería que quizás se preste, muchos clientes dejarán de ser atendidos. Consecuentemente, se generará una demanda insatisfecha, ya que no habrá un espacio y/o tiempo pertinente para atender todas las solicitudes, en el día y la hora que estos lo requieran y/o les convenga.



Eventualmente, esto también puede ocasionar que, en vista que la atención en los establecimientos de peluquería y/o barbería no es eficiente y oportuna, como previamente se ha mencionado, los consumidores para no perder tiempo esperando un turno, e incluso para no perder la ida, puede que opten por atender y satisfacer ellos mismos estas necesidades.

Por estas razones, con lo expuesto anteriormente, a fin de suprimir o reducir dichos síntomas, se pretende crear una empresa, cuyo modelo de negocio consiste en prestar servicios de peluquería y barbería por horas, con la garantía de trabajo hecho por mano de obra especializada, pero atendiendo la solicitud de clientes en la comodidad de sus domicilios, para así, además de satisfacer sus necesidades, hacerlo en el momento más oportuno que estos consideren, a un precio asequible. Por lo tanto, esto lleva a preguntarse cuál es la factibilidad de una empresa de servicios de peluquería y barbería a domicilio en la ciudad de Montería.

Para el estudio, el objetivo general planteado entonces fue el de determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedica a ofrecer servicios de peluquería y barbería a domicilio en la ciudad de Montería. La metodología se hizo, teniendo en cuenta lo mencionado por Ortiz (2013), con un enfoque cuantitativo llevando a cabo una encuesta y aplicando un cuestionario como instrumento para la recopilación de datos, apoyado en técnicas estadísticas. Además, en su tipo de estudio, se empleó uno descriptivo con el cual se buscó precisamente describir las propiedades, características y/o rasgos relevantes referentes a la prestación y consumo de servicios de peluquería y barbería, tomando como referente lo establecido por Mahecha (2014). Por último, en su diseño, dado que no hubo manipulación del objeto de estudio, se utilizó un diseño no experimental, de acuerdo con lo estipulado por Ato, López & Benavente (2013).

Finalmente, con las conclusiones, se pudo determinar una oportunidad de negocio con la prestación de servicios de peluquería y barbería a domicilio ya que, si bien, ante la actual y creciente demanda que hay en la ciudad, es posible conseguir establecimientos comerciales en los cuales se atienden dichas necesidades de consumo, estos no prestan esos servicios con la comodidad que el consumidor quiere cada vez más, mucho menos, con el modelo por horas y precios semejantes a los propuestos en este estudio. Además, se encontró un alto nivel de aceptación por la creación de la empresa propuesta en el análisis de la encuesta. De igual manera, se recomienda examinar los mercados de otros municipios circundantes, con el fin de expandir la idea de negocio, generando empleo no sólo a nivel local, sino también departamental.

## 2. RESUMEN EJECUTIVO

**Empresa:** Stylo Hair & Beard E.U.

**Ubicación:** Transversal 3 #23-21 Urbanización Santa Lucia, Montería – Córdoba.

**Oportunidad de Negocio:** ofrecer servicios de peluquería y barbería, bajo la modalidad a domicilio por horas, siendo pioneros actualmente.

**Competidores:** alrededor de 200 establecimientos comerciales, bajo la modalidad de prestación de servicios en el local de atención.

**Servicio:** peluquería y barbería.

**Precios:** hora de servicios de peluquería a \$12.000 y hora de servicios de barbería a \$12.000.

**Presupuesto de Inversión:** la inversión fija es de \$25'958.000.

**Rentabilidad:** la TIR del plan de negocio es del 48%.

**Palabras clave:** Idea de Negocio, Creación de Empresa, Servicios, Peluquería, Barbería, Domicilio.

**Keywords:** Business Idea, Company Creation, Services, Hairdressing, Beard Dressing, Domicile.

### **3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

#### **3.1.REFERENTE TEÓRICO**

##### **3.1.1. Sector de Servicios.**

El sector de servicios, o también conocido como el sector terciario de la economía, se caracteriza por su inmaterialidad y porque su consumo se lleva a cabo en el mismo momento en que se produce. Esto a su vez indica entonces que los servicios no pueden ser almacenados, ni mucho menos inventariados, y su producción no se basa directamente en la fabricación de bienes tangibles, ya sean primarios o transformados, aunque si se puede servir de estos (Serrano, 2011).

Así mismo, los servicios, dependiendo del segmento de mercado objetivo o la actividad económica a realizar, pueden ser clasificados. Autores tales como Browning y Singelmann, consideran que estos pueden clasificarse en servicios de distribución, de producción, sociales y personales (Serrano, 2011). Por otro lado, con una clasificación más detallada, se pueden encontrar servicios de: comercio, transporte, telecomunicaciones, artes, turismo, salud, finanzas, profesionales, públicos, medios de comunicación, y los personales o sociales, que es en estos últimos donde se ubican los relacionados con peluquería y barbería (Martínez, 2012).

En Colombia, para el 2017, el sector de servicios representó el 30,8% del PIB, muy por encima de otros sectores, aun cuando de manera general este se considera un país agropecuario. Por esto, es comprensible encontrar que alrededor del 37% de los ocupados a nivel nacional desempeñen funciones en una actividad relacionada con la prestación de servicios, lo cual, desde entonces, ha generado más de 8,2 millones de empleos en este sector. Para las principales zonas urbanas, la prestación de servicios emplea aproximadamente el 43% de los trabajadores (ASOBANCARIA, 2017).

En cuanto al sector de servicios de peluquería y barbería, a pesar de la caída creciente que este sector de servicios había tenido después del 2012, tras su recesión en el 2016, este tipo de negocios ha movido alrededor de unos \$300.000 millones de Pesos anuales. Por consiguiente, este sector ha tenido un crecimiento de un 8,6% desde los periodos 2016-2017, con un consumo promedio oscilante entre los \$8.000 y \$25.000 por servicio solicitado (López, 2018).

Por último, para el caso de Montería en particular, para el 2018, según la Cámara de Comercio en su notificación mercantil de agosto de dicho año, reporta alrededor de unos 200 establecimientos registrados y/o renovados, de los cuales, en su gran mayoría, son locales comerciales de “barrio”. Esto significa que, hay muy pocos establecimientos de alto reconocimiento, que manejen gran número de empleados especializados en atender eficiente y oportunamente a este tipo de solicitudes. Así mismo, hay muy pocos centros certificados que ofrecen estudios relacionados con entrenamiento en peluquería y barbería; de hecho, se pueden contar a la fecha dos academias y tres corporaciones educativas que concurrentemente ofrecen este tipo de programas, a nivel técnico y/o tecnólogo.

### **3.1.2. Creación de Empresa.**

La creación de empresa consiste en la materialización de una idea de negocio con el fin de producir un bien o prestar un servicio. Sin embargo, esta materialización no es un proceso que deba hacerse a la ligera. Por el contrario, es necesario evaluar factores internos y externos que afecten a la empresa que se pretenda crear. Para ello, es importante llevar a cabo estudios que permitan planificar qué se va a hacer, cuánto se va a hacer, cómo se va a hacer, y cómo se va a organizar y financiar, y otras implicaciones necesarias más para determinar la factibilidad de la creación de una empresa (Gennero, 2005).

En adición, independientemente del producto que se quiera fabricar o el servicio que se desee prestar, la motivación que el empresario tenga, es la base fundamental para la creación de cualquier empresa. Entre estas motivaciones, se plantean principalmente seis, las cuales corresponden a: la contribución a la riqueza del país, la generación de empleo, la práctica de administrar un negocio, conocer las características que debe tener un emprendedor, el logro de nuevos conocimientos, y la satisfacción personal (Palacios, 2012).

De esta manera entonces, se hace necesario ahora resaltar los diferentes estudios que ayudan a determinar la factibilidad de la creación de una empresa. Así, entre los principales estudios se encuentran el de mercado, el técnico, el administrativo u organizacional, y el financiero (González & Padilla, 2012; Cortes & Rojas, 2014).

### **3.1.2.1. Estudio de Mercado.**

Es el que se utiliza para analizar cómo están algunos factores externos tales como la demanda y oferta. Así, una vez se decida que producto fabricar y comercializar, o que servicio prestar, se hace necesario conocer que cantidad de usuarios consumen productos o servicios similares, cuando semejantes ya existen en el mercado. Para el caso de un bien o servicio nuevo, con este estudio se conocería el nivel de aceptación que se tendría.

De igual manera, se hace indispensable saber cómo está la competencia, y cuáles son las cuantías de oferta que hay, para determinar si hay un mercado saturado o si hay una demanda insatisfecha, lo cual, esto último, brindaría una oportunidad de negocio. Después, una vez se conozca cuanto es la demanda y la oferta actual, se les puede hacer proyecciones de crecimiento a futuro.

Este estudio, además, permite analizar y comparar los precios con los que los principales competidores ofertan bienes o servicios parecidos. También se puede elegir el modo o canal de comercialización, la estrategia de publicidad con la cual se pretende incursionar en el mercado objetivo que previamente se haya segmentado, así como la imagen corporativa que será la cara de la empresa para mostrar a los consumidores.

### **3.1.2.2. Estudio Técnico.**

El estudio técnico es útil para analizar tanto factores externos como internos. Así, por el lado de los factores externos, uno de gran importancia que es vital en lo que refiere a costos y gastos, es la localización de la planta de producción, o el local comercial u oficina de la prestación de servicios. Por consiguiente, se analizan elementos de macrolocalización para determinar en qué ciudad resulta más beneficioso el establecimiento de la planta, y una vez elegida, se procede con el análisis de elementos de microlocalización, para determinar qué sector de dicha ciudad es el más conveniente.

Por el lado de los factores internos, es importante para determinar el tamaño de la producción, ya sea en la manufactura de un bien o en la prestación de un servicio. A su vez, el tamaño de la producción dependerá en gran medida de la maquinaria de trabajo que se pueda financiar. Dicha maquinaria de trabajo está básicamente compuesta por equipos, insumos y mano de obra. Con esto, se calcula que porcentaje de cobertura oferente se tendría en el mercado. Además, con este estudio se estipulan aquellos procesos de producción o prestación de servicios, que son necesarios para identificar qué actividades la maquinaria de trabajo debe llevar a cabo para cumplir con la meta del tamaño de producción que se estipule.

### **3.1.2.3. Estudio Administrativo u Organizacional.**

Con este estudio se estructura la empresa, desde lo legal hasta la delegación de funciones y la jerarquía de su personal. Es aquí entonces donde se constituye la empresa jurídicamente. Así mismo, permite establecer una misión y visión que servirán como guías para saber quién se es, dónde se está y hacia dónde se quiere llegar.



#### **3.1.2.4. Estudio Financiero.**

En este último estudio se establece qué cantidad de recursos financieros son necesarios para la operación de la empresa que se quiere crear, como también la proyección de sus resultados financieros teniendo en cuenta el periodo de evaluación. Para lograr esto, es importante calcular las inversiones fijas (terreno y maquinaria de trabajo) y diferidas (estudios de factibilidad, permisos, licencias, etc.) requeridas, las inversiones de capital de trabajo (costos y gastos), la distribución de costos (costos fijos y variables), el punto de equilibrio, capital de trabajo, flujo neto de inversión, proyecciones financieras, flujo neto de operación, flujo neto del proyecto y la evaluación financiera.

En la evaluación financiera, se calcula el valor presente neto, la relación beneficio/costo y la tasa interna de retorno. De esta manera, se puede determinar entonces si es factible o no la creación de la empresa, desde el punto de vista financiero. En otras palabras, es aquí donde se conoce si el retorno que dejará las operaciones de la empresa son lo suficientemente atractivas para realizar la inversión.

### 3.2.REFERENTE CONCEPTUAL

Un estudio de creación de empresa enmarca una serie de términos, definiciones y/o vocablos propios de áreas relacionadas con la economía y finanzas. Esto enriquece el contenido, proporcionando un lenguaje técnico que introduce y ubica al lector en la temática tratada, previo al análisis de la información, datos o estadísticas a mostrar. De esto entonces, a continuación, se citan algunos conceptos interrelacionados con el plan de negocios propuesto en el presente documento.

**Barbería:** establecimiento comercial donde se prestan servicios estéticos relacionados con el tratamiento del bello facial.

**Cliente:** persona que consume un producto o solicita los servicios de una determinada empresa de manera ocasional.

**Comercialización:** acción de poner el producto terminado o servicio en el consumidor o cliente final. A mayor intermediación en el proceso, menor utilidad para el fabricante.

**Competencia:** conjunto de empresas que ofrecen productos o servicios similares a los que se pretenden vender o prestar.

**Consumidor:** persona que consume un producto o solicita un servicio.

**Cuestionario:** documento impreso, mecanografiado o digital que sirve como instrumento para recolectar datos a través de preguntas cerradas de selección múltiple con única respuesta, de selección múltiple con múltiple respuesta y preguntas abiertas, con el fin de conocer la perspectiva o preferencias del encuestado sobre la temática de estudio.

**Delimitación:** acción de poner un cerco físico o simbólico sobre un área, con el propósito de segmentar el conjunto que dentro de éste se encuentre.

**Demanda:** cantidad total de un bien o servicio que una población adquiere o desea adquirir.

**Demanda Actual:** sumatoria de la cantidad total de un bien o servicio demandado en un mercado durante un periodo de tiempo, generalmente, a un año.

**Demanda Existente:** diferencia entre la demanda actual y la oferta actual.

**Demanda Existente Insatisfecha:** diferencia positiva entre la demanda actual y la oferta actual. Es decir, que la cantidad del bien o servicio demandado sobrepasa la cantidad ofertada.

**Demanda Existente Saturada:** diferencia negativa entre la demanda actual y la oferta actual. Es decir, que la cantidad del bien o servicio ofertado sobrepasa la cantidad demandada.

**Demanda Futura:** proyección de la demanda actual durante un periodo de tiempo, generalmente, a cinco años, el cual toma como referente el índice de crecimiento del sector demandante.

**Distribución en Planta:** organización física de los elementos y áreas de trabajo que constituyen la instalación de una fábrica, local comercial u oficina, generalmente plasmada en planos.

**Domicilio:** entrega de un bien o prestación de un servicio en el lugar solicitado del consumidor o cliente final.

**Empresa:** unidad productiva dedicada a realizar una actividad económica con ánimo de lucro, a través de la fabricación y comercialización de bienes, o la prestación de servicios.

**Encuesta:** procedimiento o método de recopilación de información, característico de estudios descriptivos. Su principal instrumento de recolección de datos es el cuestionario.

**Idea de Negocio:** producto o servicio que se pretende ofrecer en un mercado. Entre más innovador sea el producto o servicio para satisfacer una necesidad, menor competencia se encontrará en el mercado.

**Manual de Funciones:** documento impreso o digital en el cual se establecen las funciones o competencias laborales que los diferentes empleados, en misión o de planta, deben llevar a cabo en las actividades que se requieren para la normal operación de una empresa, así como las dependencias a las que hacen parte y los superiores a quienes les reportan. Además, en éste se establecen requisitos mínimos que los candidatos deben cumplir para desempeñar en la empresa, entre los cuales están el nivel educativo y la experiencia.

**Mercado:** espacio físico o virtual en donde se lleva a cabo la compra y venta de bienes, o la prestación de servicios.

**Misión:** motivo o razón de ser presente de una empresa, en la que se describe qué, cómo, para quién y para qué se ofrece un producto o servicio.

**Muestra:** subgrupo representativo de un segmento de mercado, utilizado para aplicar una encuesta a través de un cuestionario, ante la imposibilidad de indagar a toda la población.

**Oferta:** cantidad total de un bien o servicio que un conglomerado de empresas pretende vender o prestar.

**Oferta Actual:** sumatoria de la cantidad total de un bien o servicio ofertado en un mercado durante un periodo de tiempo, generalmente, a un año.

**Oferta Futura:** proyección de la oferta actual durante un periodo de tiempo, generalmente, a cinco años, el cual toma como referente el índice de crecimiento del sector oferente.

**Organigrama:** representación gráfica de la estructura de una empresa, en la cual, jerárquicamente se organizan las diferentes dependencias que la componen.

**Peluquería:** establecimiento comercial donde se prestan servicios estéticos relacionados con el tratamiento del cabello.

**Plan de Negocio:** documento impreso o digital en el cual se plasma el análisis de factores internos y externos que afectan la creación o expansión de una empresa, con el fin de establecer una ruta para abordar oportunidades y superar obstáculos esperados e inesperados a futuro, a través de estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, con los cuales se determina su factibilidad.

**Población:** conjunto de individuos u objetos que comparten características ya sean de tipo económicas, políticas, sociales o culturales, en una determinada área geográfica.

**Precio:** monto a pagar por consumir un producto o servicio, generalmente medido en una unidad monetaria.

**Proceso:** secuencia de pasos lógicos con los cuales se procesa una materia prima y se transforma en producto terminado, o se presta un servicio, el cual tiene unos elementos de entrada internos y externos, actividades y elementos de salida internos y externos.

**Proyección:** visualización del comportamiento creciente o decreciente a futuro del estado actual de la demanda u oferta de un bien o servicio.

**Reglamento Interno de Trabajo:** documento impreso o digital en el cual se establecen condiciones y circunstancias que regulan el proceder de las actividades a desarrollar en la empresa. Así mismo, debe contener las obligaciones, responsabilidades y beneficios que se contraen en la relación laboral, tanto para los empleados como para el empleador.

**R B/C:** la Relación Beneficio/Costo es el análisis financiero que se hace para determinar cuáles son los beneficios por cada Peso invertido en un proyecto, tomando los ingresos y egresos presentes netos.

**Resumen Ejecutivo:** documento utilizado para exhibir brevemente un proyecto o plan de negocio, el cual debe ser conciso, claro y llamativo para su analista o posible inversor.

**Segmento:** mercado objetivo o específico al cual se pretende ofrecerle un determinado bien o servicio. Puede clasificarse por empresas, hogares o personas. Por empresas, puede sub-clasificarse por grandes, medianas, o pequeñas, o por la actividad económica a realizar. Por hogares, puede sub-clasificarse por estratos. Por personas, puede sub-clasificarse por sexo, edad, cultura, creencias, estatus financiero, entre otros.

**Servicio:** conjunto de actividades que pretenden satisfacer una necesidad del consumidor o cliente. Es intangible, y su consumo se da en el mismo instante que se produce. Además, suele ser heterogéneo a pesar de ser prestado por la misma empresa, y quien lo solicita tiene el derecho a usarlo y/o arrendarlo, pero no lo hace de su propiedad.

**TIR:** la Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Por lo tanto, es el porcentaje ya sea de beneficio o pérdida que tendrá dicha inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

**Visión:** la proyección que el plan de negocios tiene a futuro, generalmente, a cinco años, en la que se describe a dónde se quiere llegar y/o qué se quiere ser.

**VPN:** el Valor Presente Neto es la diferencia que existe entre el valor presente de los ingresos de efectivo y el valor presente de los egresos de efectivo, a lo largo de un periodo de tiempo determinado, generalmente, a cinco años. Este se usa dentro del presupuesto de capital para analizar la rentabilidad de una inversión. Un VPN mayor que cero significa que el proyecto es factible y se debería invertir. Un VPN igual a cero significa que no habrá beneficios adicionales, por ende, es indiferente si se decide invertir o no. Por último, un VPN menor que cero significa que el proyecto no es factible y debería rechazarse.

## 4. ESTUDIO DE MERCADO

### 4.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### 4.1.1. Descripción.

Con esta empresa se pretende prestar los servicios de peluquería y barbería en el domicilio que el solicitante requiera. Para más detalle en la descripción del proceso de prestación de los servicios ver *5.4.1. Descripción del Proceso de Prestación de Servicios* (página 71). Para esto, se contará con personal capacitado en dichas áreas para ofrecer:

#### **Sección de Peluquería:**

- Corte de cabello.
- Mechas.
- Marcados.
- Recogidos y/o trenzados.
- Peinados con tenacillas y/o planchas.
- Coloración y/o descoloración.
- Moldeadores.
- Alisados y/o rizados.
- Mantas y/o extensiones.
- Cepillado.

#### **Sección de Barbería:**

- Corte o motilado del bello facial.
- Rasurada o afeitada.
- Depilación con cera.

Para un servicio entonces, el solicitante simplemente lo pedirá especificando el día y la hora en el cual lo desee, necesite o más convenga, con horarios de atención de lunes a domingo (incluyendo festivos), de 7 a.m. a 7 p.m., y así, se agendarán las diferentes solicitudes teniendo en cuenta la disponibilidad del personal.



#### **4.1.2. Beneficios.**

El modelo de negocio del presente plan propone una forma innovadora de prestar servicios de peluquería y barbería a la convencional, que desde la creación de este tipo de empresa se viene haciendo. Así, la prestación de estos servicios bajo la modalidad de domicilio y cobro de estos por hora, además de los beneficios regulares obtenidos por la atención a este tipo de necesidad del mercado, genera otros para los tres sujetos directamente implicados, los cuales son los clientes, el personal empleado y la empresa misma.

##### ***4.1.2.1. Para los Clientes.***

- Servicio especializado garantizado en las áreas de peluquería y barbería.
- Atención al cliente de lunes a domingo (incluyendo festivos), en horarios de 7 a.m. a 7 p.m., según se agende la solicitud.
- Prestación del servicio en la comodidad del domicilio del solicitante.

##### ***4.1.2.2. Para el Personal de Peluquería y Barbería.***

- Oportunidad de empleo en el sector si no se cuenta con capital de inversión para organizar un local y prestar dichos servicios.
- Acceso a un amplio segmento de mercado en el casco urbano de la ciudad de Montería.
- Tiempos de trabajo flexibles. La agenda a solicitudes se organizará teniendo en cuenta la disponibilidad del personal.

##### ***4.1.2.3. Para la Empresa.***

- Ahorro en costos de inversión de remodelación de un local comercial.
- Ahorro en altos costos y gastos de mantenimiento (arriendo, servicios públicos, entre otros) de un local comercial.
- Optimización del tiempo de trabajo del personal.

## **4.2.CONSUMIDOR FINAL**

### **4.2.1. Segmento de Mercado.**

La selección del mercado objetivo es uno de los factores determinantes del éxito o fracaso que se llegue a tener al vender un bien o prestar un servicio. Por ello, es importante determinar y establecer quienes pueden, potencialmente, consumir el producto que se pretende ofrecer. Así, para el presente plan de negocio, el segmento de mercado elegido tiene el siguiente desglose:

- Cliente Objetivo: personas.
- Sexo: masculino y femenino.
- Edad: mayores de 2 años.
- Estrato socioeconómico: todos.

### **4.2.2. Características del Consumidor Final.**

De manera semejante, una vez determinado y establecido el segmento de mercado, es importante identificar las características que el consumidor final debe cumplir para adquirir el bien o solicitar el servicio. De lo contrario, simplemente no se contará con el acceso suficiente a los bienes o servicios ofrecidos. Siendo así, para solicitar servicios de peluquería y barbería a domicilio, es necesario que quienes estén dentro del segmento de mercado estipulado cumplan con los siguientes requerimientos:

- Contar con un domicilio en la ciudad de Montería, especialmente dentro del casco urbano, donde se pueda prestar el servicio.
- Tener cuenta en Facebook o Instagram, ya que las solicitudes, sean por un servicio de peluquería o barbería, se harán principalmente a través de estas redes sociales.

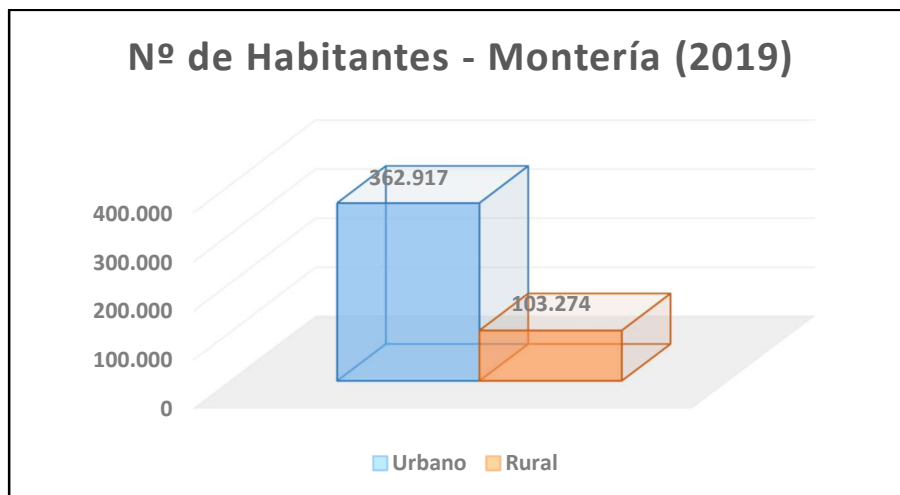
- Poseer un número telefónico al cual confirmar la cita agendada. Además, este puede ser usado para verificación de direcciones, e incluso, como medio alternativo para solicitar servicios.
- Facilidad de pago inmediato, ya sea en efectivo o transacciones. No se aceptarán cheques, consignaciones o tarjetas de crédito. El pago no se le hará al personal de peluquería y barbería, sino al encargado de cartera.

### 4.3.DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

Por motivos logísticos de transporte del personal, los servicios de peluquería y barbería a domicilio que se pretenden prestar sólo se harán en el casco urbano de la ciudad de Montería. Es decir que, corregimientos, veredas y demás zonas aisladas de la urbanidad, de momento no tendrán cobertura. Por ende, para análisis del presente plan de negocios para creación de empresa, se tendrá en cuenta la división política de la ciudad, y la población que habita entonces en dicha cabecera urbana como el segmento de mercado a atender, en cuanto al área geográfica de localización de los consumidores.

Para esto, se toman los reportes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que, de acuerdo a los datos recopilados en el censo general nacional del 2005, en su proyección de crecimiento poblacional 2005-2020, para el presente año se tendría una población en la ciudad de Montería de unos 466.191 habitantes aproximadamente en total, de los cuales 362.917 hacen parte de la zona urbana (gráfico 1).

**Gráfico 1: N° de Habitantes de Montería para el 2019 (Casco Urbano y Rural)**



**Fuente: Elaboración Propia**

Siendo así, con estos datos estadísticos demográficos básicos, se pudo calcular el tamaño de la muestra, a partir de la cantidad de habitantes que residen en la cabecera urbana, teniendo como referente dicha proyección estimada por el DANE. Sin embargo, dado que en el segmento de mercado al que se quiere apuntar se estipula que sólo se ofrecerá el servicio a mayores de 2 años, es necesario entonces determinar la tasa de natalidad (nacidos vivos con madres residentes en Montería – zona urbana) de los años 2017 y 2018, para restar dicha población. Para el año 2019, de momento no se encuentran reportes oficiales provistos por el DANE.

- Para el 2017, el DANE reporta una tasa de natalidad de 673 niños, de los cuales 335 de sexo masculino y 338 de sexo femenino.
- Para el 2018, el DANE reporta una tasa de natalidad de 111 niños, de los cuales 62 de sexo masculino y 49 de sexo femenino.

Dada esta información entonces, se tiene una población alrededor de los 784 niños nacidos y residentes en la zona urbana de Montería entre los años 2017 y 2018, que a 2019 aún serían menores de 2 años.

Así, utilizando la ecuación para determinar la muestra de una población, se tiene lo siguiente:

$$\text{Tamaño de la Población} > N = 362.917 - 784 = 362.133$$

$$\text{Nivel de Confianza (95\%)} > Z^2 = 1,96^2$$

$$\text{Probabilidad de Éxito (5\%)} > p = 0,5$$

$$\text{Probabilidad de Fracaso (5\%)} > q = 0,5$$

$$\text{Error Máximo Admisible} > d^2 = 0,05^2$$

$$\text{Muestra} > n = ?$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 362.133}{0,05^2 (362.133 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{347.792,5332}{906,2904}$$

$$n = 383,75$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será de 384 personas a encuestar.

## 4.4.ANÁLISIS DE LA DEMANDA

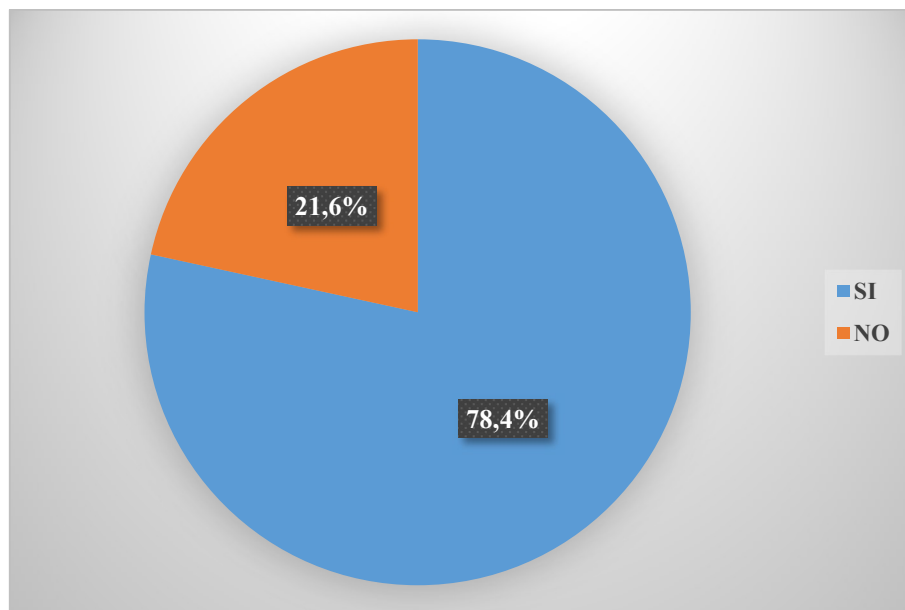
### 4.4.1. Cálculo de la Demanda Actual.

Para la recopilación de esta información, se diseñó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas de selección múltiple con única respuesta y de selección múltiple con múltiples respuestas, como también de preguntas abiertas, aplicado a 384 personas. (Ver Anexos 1 y 3).

#### 4.4.1.1. Cálculo de la Demanda Actual de Servicios de Peluquería.

Para el cálculo de la demanda actual de servicios de peluquería, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 1 “¿Utiliza usted servicios de peluquería ofrecidos en lugares especiales para ello?”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 2: Porcentaje de consumidores que se dirigen a un sitio de servicios de peluquería**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el gráfico 2, el 78,4% de los encuestados se dirigen a un sitio especial para solicitar servicios de peluquería. Esto da los siguientes datos encontrados en la tabla 1.

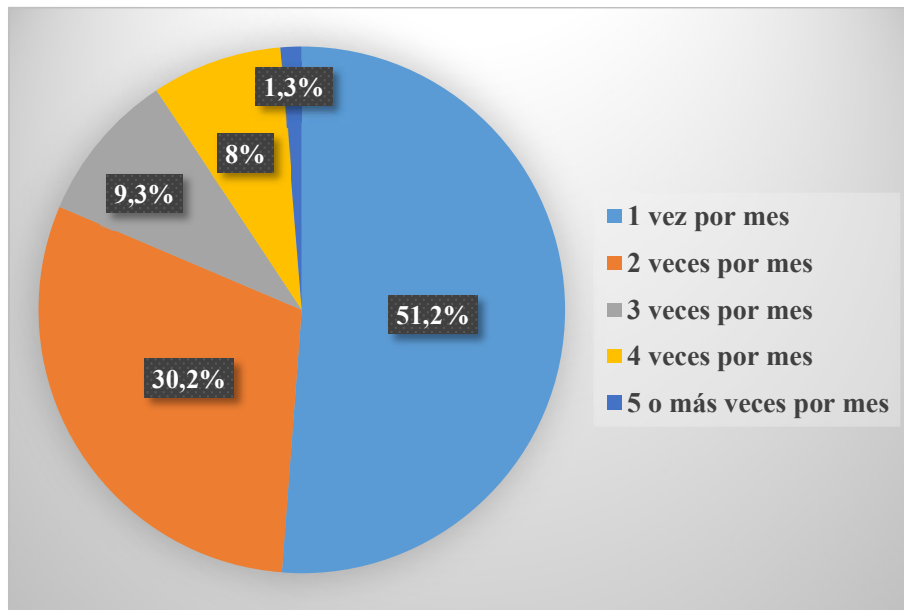
**Tabla 1: Porcentaje de personas que utilizan servicios de peluquería en sitios especiales para ello**

	Nº de Respuestas	%	Nº de Personas de 362.133
SI	301	78,4%	283.912
NO	83	21,6%	78.221
<b>Totales</b>	<b>384</b>	<b>100,0%</b>	<b>362.133</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Así mismo, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 3 “¿Con qué frecuencia o qué cantidad de veces al mes necesita de servicios de peluquería?”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 3: Porcentaje de frecuencia de consumo de servicios de peluquería**



*Fuente: Elaboración Propia*

Como se puede observar en el gráfico 3, el 51,2% consume servicios de peluquería una vez por mes, el 30,2% dos veces por mes, el 9,3% tres veces por mes, el 8% cuatro veces por mes, y el 1,3% restante cinco o más veces por mes. Esto da los siguientes datos encontrados en la tabla 2.



**Tabla 2: Cantidad de consumo anual de servicios de peluquería**

Nº de Veces al Mes	Nº de Encuestados	%	Porcentaje x 283.912 Consumidores	Consumo Mensual	Consumo Anual (12 Meses)
1	154	51,2%	145.363	145.363	1.744.356
2	91	30,2%	85.741	171.482	2.057.784
3	28	9,3%	26.404	79.212	950.544
4	24	8,0%	22.713	90.852	1.090.224
5	4	1,3%	3.691	18.455	221.460
<b>Totales</b>	<b>301</b>	<b>100,0%</b>	<b>283.912</b>	<b>505.364</b>	<b>6.064.368</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Esto supone que, dado que la frecuencia de consumo se clasifica por meses, y en un año hay 12 meses, la demanda actual anual de servicios de peluquería es de 6.064.368 solicitudes.

#### **4.4.1.1.1. Proyección de la Demanda Actual de Servicios de Peluquería.**

Para la proyección de la demanda de servicios de peluquería a 5 años se calcula:

$$D_f = D_a (1 + i)^n \text{ donde:}$$

$D_f$  = Demanda Futura

$D_a$  = Demanda Actual

1 = Constante

$i$  = Índice de Crecimiento Poblacional de Montería para 2019 (1,42%).

$n$  = Año a proyectar

Así, teniendo en cuenta esta información, se tienen los datos mostrados en la tabla 3.

**Tabla 3: Proyección de la demanda actual de servicios de peluquería**

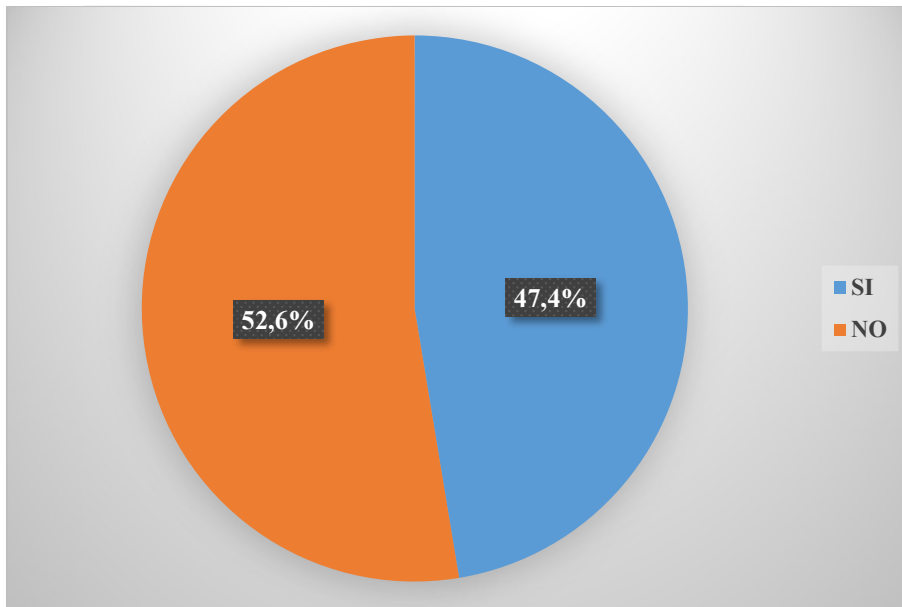
Demanda Actual	Índice	Año	Demanda Futura
<b>6.064.368</b>	1,42%	1	6.150.482
<b>6.064.368</b>	1,42%	2	6.237.819
<b>6.064.368</b>	1,42%	3	6.326.396
<b>6.064.368</b>	1,42%	4	6.416.231
<b>6.064.368</b>	1,42%	5	6.507.341

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 4.4.1.2. Cálculo de la Demanda Actual de Servicios de Barbería.

Para el cálculo de la demanda actual de servicios de barbería, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 2 “¿Utiliza usted servicios de barbería ofrecidos en lugares especiales para ello?”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 4: Porcentaje de consumidores que se dirigen a un sitio de servicios de barbería**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el gráfico 4, el 47,4% de los encuestados se dirigen a un sitio especial para solicitar servicios de barbería. Esto da los siguientes datos encontrados en la tabla

4.

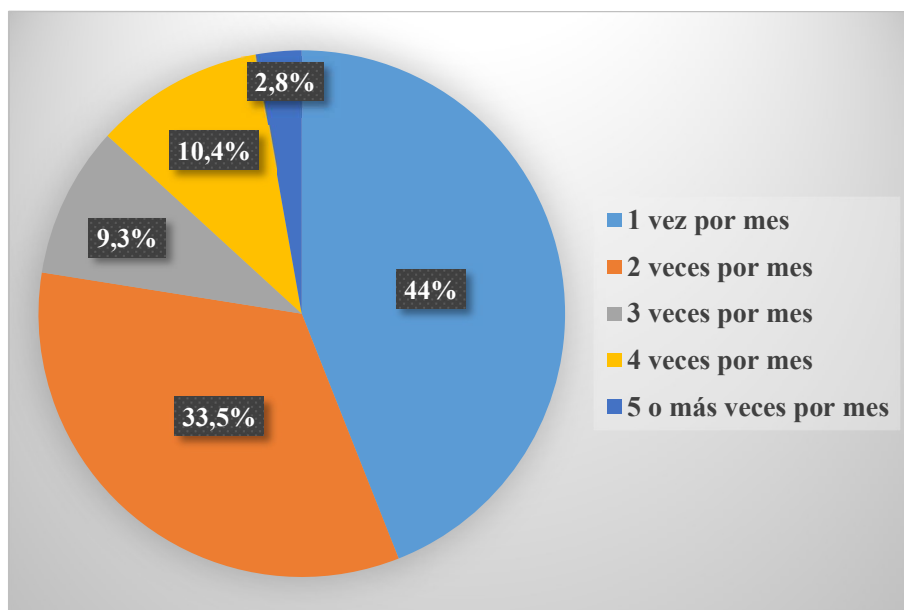
**Tabla 4: Porcentaje de personas que utilizan servicios de barbería en sitios especiales para ello**

	Nº de Respuestas	%	Nº de Personas de 362.133
SI	182	47,4%	171.651
NO	202	52,6%	190.482
<b>Totales</b>	<b>384</b>	<b>100,0%</b>	<b>362.133</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

Así mismo, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 10 “¿*Con qué frecuencia o qué cantidad de veces al mes necesita de servicios de barbería?*”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 5: Porcentaje de frecuencia de consumo de servicios de barbería**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el gráfico 5, el 44% consume servicios de barbería una vez por mes, el 33,5% dos veces por mes, el 9,3% tres veces por mes, el 10,4% cuatro veces por mes, y el 2,8% restante cinco o más veces por mes. Esto da los siguientes datos encontrados en la tabla 5.

**Tabla 5: Cantidad de consumo anual de servicios de barbería**

Nº de Veces al Mes	Nº de Encuestados	%	Porcentaje x 171.651 Consumidores	Consumo Mensual	Consumo Anual (12 Meses)
1	80	44,0%	75.526	75.526	906.312
2	61	33,5%	57.503	115.006	1.380.072
3	17	9,3%	15.964	47.892	574.704
4	19	10,4%	17.852	71.408	856.896
5	5	2,8%	4.806	24.030	288.360
<b>Totales</b>	182	100,0%	171.651	333.862	4.006.344

*Fuente: Elaboración Propia*

Esto supone que, dado que la frecuencia de consumo se clasifica por meses, y en un año hay 12 meses, la demanda actual anual de servicios de barbería es de 4.006.344 solicitudes.

#### **4.4.1.2.1. Proyección de la Demanda Actual de Servicios de Barbería.**

Para la proyección de la demanda de servicios de barbería a 5 años se calcula:

$$D_f = D_a (1 + i)^n \text{ donde:}$$

$D_f$  = Demanda Futura

$D_a$  = Demanda Actual

1 = Constante

$i$  = Índice de Crecimiento Poblacional de Montería para 2019 (1,42%).

$n$  = Año a proyectar

Así, teniendo en cuenta esta información, se tienen los datos mostrados en la tabla 6.

**Tabla 6: Proyección de la demanda actual de servicios de barbería**

Demanda Actual	Índice	Año	Demanda Futura
4.006.344	1,42%	1	4.063.234
4.006.344	1,42%	2	4.120.932
4.006.344	1,42%	3	4.179.449
4.006.344	1,42%	4	4.238.797
4.006.344	1,42%	5	4.298.988

*Fuente: Elaboración Propia*

## 4.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

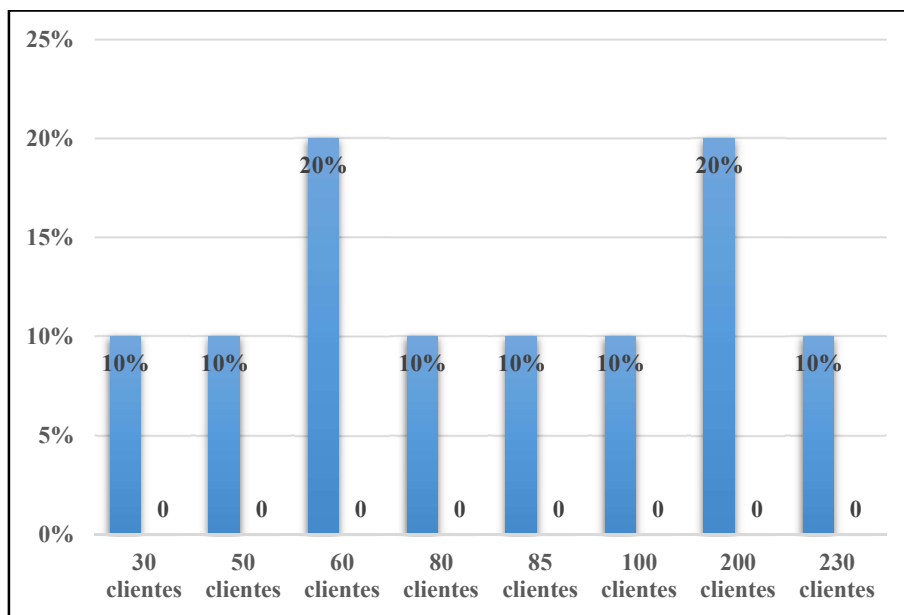
### 4.5.1. Cálculo de la Oferta Actual.

Para la recopilación de esta información, al igual que en el análisis de la demanda, se diseñó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas de selección múltiple con única respuesta y de selección múltiple con múltiples respuestas, como también de preguntas abiertas, aplicado a 10 empresas que prestan servicios de peluquería y barbería. (Ver Anexos 2 y 3).

#### 4.5.1.1. Cálculo de la Oferta Actual de Servicios de Peluquería.

Para el cálculo de la oferta actual de servicios de peluquería, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 2 “*¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de peluquería?*”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 6: Porcentaje de servicios de peluquería atendidos a la semana**



**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 7: Servicios de peluquería atendidos al año**

	<b>N° de Servicios Semanales</b>	<b>N° de Servicios Anuales (52 Semanas)</b>
<b>Peluquería-Barbería 1</b>	30	1.560
<b>Peluquería-Barbería 2</b>	85	4.420
<b>Peluquería-Barbería 3</b>	80	4.160
<b>Peluquería-Barbería 4</b>	100	5.200
<b>Peluquería-Barbería 5</b>	200	10.400
<b>Peluquería-Barbería 6</b>	50	2.600
<b>Peluquería-Barbería 7</b>	60	3.120
<b>Peluquería-Barbería 8</b>	200	10.400
<b>Peluquería-Barbería 9</b>	230	11.960
<b>Peluquería-Barbería 10</b>	60	3.120
<b>Totales</b>	1.095	56.940

***Fuente: Elaboración Propia***

Esto supone que, dada la cantidad de servicios atendidos a la semana, y que en un año hay 52 semanas, la oferta actual anual de servicios de peluquería es de 56.940 solicitudes.

**4.5.1.1.1. Proyección de la Oferta Actual de Servicios de Peluquería.**

Para la proyección de la oferta de servicios de peluquería a 5 años se calcula:

$$O_f = O_a (1 + i)^n \text{ donde:}$$

$O_f$  = Oferta Futura

$O_a$  = Oferta Actual

1 = Constante

$i$  = Índice de Crecimiento del Sector Periodos 2016-2017 (8,6%)

$n$  = Año a proyectar

Así, teniendo en cuenta esta información, se tienen los datos mostrados en la tabla 8.

**Tabla 8: Proyección de la oferta actual de servicios de peluquería**

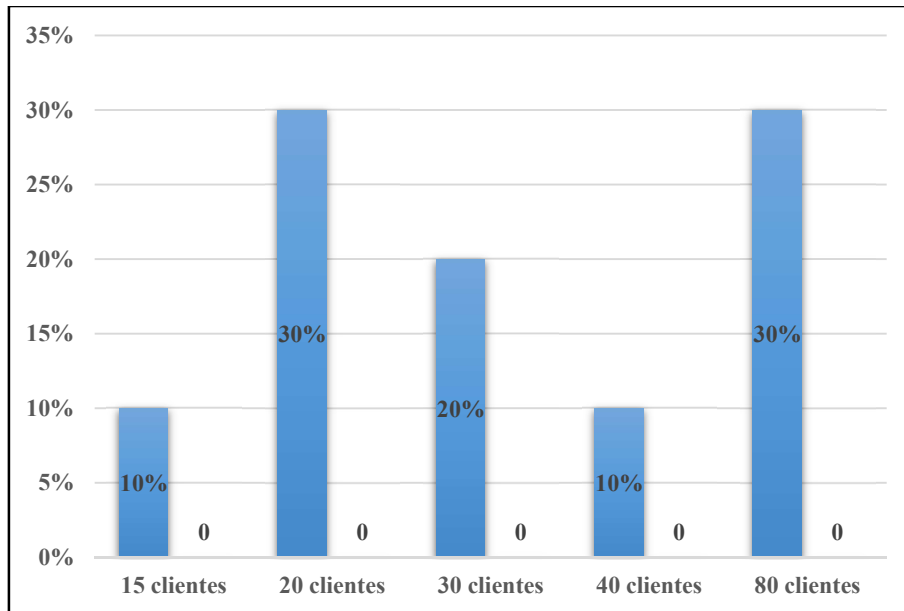
<b>Oferta Actual</b>	<b>Índice</b>	<b>Año</b>	<b>Oferta Futura</b>
<b>56.940</b>	8,6%	1	61.837
<b>56.940</b>	8,6%	2	67.155
<b>56.940</b>	8,6%	3	72.930
<b>56.940</b>	8,6%	4	79.202
<b>56.940</b>	8,6%	5	86.013

**Fuente: Elaboración Propia**

#### 4.5.1.2. Cálculo de la Oferta Actual de Servicios de Barbería.

Para el cálculo de la oferta actual de servicios de barbería, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 3 “¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de barbería?”, arrojando los siguientes datos:

**Gráfico 7: Porcentaje de servicios de barbería atendidos a la semana**



**Fuente: Elaboración Propia**



**Tabla 9: Servicios de barbería atendidos al año**

	<b>N° de Servicios Semanales</b>	<b>N° de Servicios Anuales (52 Semanas)</b>
<b>Peluquería-Barbería 1</b>	15	780
<b>Peluquería-Barbería 2</b>	30	1.560
<b>Peluquería-Barbería 3</b>	30	1.560
<b>Peluquería-Barbería 4</b>	40	2.080
<b>Peluquería-Barbería 5</b>	80	4.160
<b>Peluquería-Barbería 6</b>	20	1.040
<b>Peluquería-Barbería 7</b>	20	1.040
<b>Peluquería-Barbería 8</b>	80	4.160
<b>Peluquería-Barbería 9</b>	80	4.160
<b>Peluquería-Barbería 10</b>	20	1.040
<b>Totales</b>	415	21.580

**Fuente: Elaboración Propia**

Esto supone que, dada la cantidad de servicios atendidos a la semana, y que en un año hay 52 semanas, la oferta actual anual de servicios de barbería es de 21.580 solicitudes.

**4.5.1.2.1. Proyección de la Oferta Actual de Servicios de Barbería.**

Para la proyección de la oferta de servicios de barbería a 5 años se calcula:

$$O_f = O_a (1 + i)^n \text{ donde:}$$

$O_f$  = Oferta Futura

$O_a$  = Oferta Actual

1 = Constante

$i$  = Índice de Crecimiento del Sector Periodos 2016-2017 (8,6%)

$n$  = Año a proyectar

Así, teniendo en cuenta esta información, se tienen los datos mostrados en la tabla 10.

**Tabla 10: Proyección de la oferta actual de servicios de barbería**

<b>Oferta Actual</b>	<b>Índice</b>	<b>Año</b>	<b>Oferta Futura</b>
<b>21.580</b>	8,6%	1	23.436
<b>21.580</b>	8,6%	2	25.451
<b>21.580</b>	8,6%	3	27.640
<b>21.580</b>	8,6%	4	30.017
<b>21.580</b>	8,6%	5	32.599

***Fuente: Elaboración Propia***

#### 4.6.DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA

Para conocer el tipo de demanda existente, se calcula la diferencia entre la demanda actual y la oferta actual, que para el presente estudio de factibilidad es:

##### **Servicios de Peluquería**

Demanda Actual	=	6.064.368
Oferta Actual	=	(56.940)
		-----
Demanda Existente	=	6.007.428

##### **Servicios de Barbería**

Demanda Actual	=	4.006.344
Oferta Actual	=	(21.580)
		-----
Demanda Existente	=	3.984.764

Dado que, para ambos casos la demanda es mayor a la oferta, hay una demanda existente insatisfecha, tanto para los servicios de peluquería como de barbería.

#### 4.6.1. Proyección de la Demanda Existente de Servicios de Peluquería.

Para conocer la proyección de esta demanda existente, se calcula la diferencia entre la demanda futura y la oferta futura. Por consiguiente, la proyección de la demanda existente de servicios de peluquería se muestra en la tabla 11.

*Tabla 11: Proyección de la demanda existente de servicios de peluquería*

<b>Proyección de la Demanda Existente</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Demanda Futura</b>	6.150.482	6.237.819	6.326.396	6.416.231	6.507.341
<b>Oferta Futura</b>	(61.837)	(67.155)	(72.930)	(79.202)	(86.013)
<b>Demanda Detectada</b>	6.088.645	6.170.664	6.253.466	6.337.029	6.421.328

*Fuente: Elaboración Propia*

Siendo así, para la proyección de la demanda existente de servicios de peluquería y proyectada a 5 años, se tiene:

- Demanda insatisfecha año 1: 6.088.645 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 2: 6.170.664 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 3: 6.253.466 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 4: 6.337.029 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 5: 6.421.328 solicitudes.

#### 4.6.2. Proyección de la Demanda Existente de Servicios de Barbería.

Para conocer la proyección de esta demanda existente, aquí también se calcula la diferencia entre la demanda futura y la oferta futura. Por consiguiente, la proyección de la demanda existente de servicios de barbería se muestra en la tabla 12.

*Tabla 12: Proyección de la demanda existente de servicios de barbería*

<b>Proyección de la Demanda Existente</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Demanda Futura</b>	4.063.234	4.120.932	4.179.449	4.238.797	4.298.988
<b>Oferta Futura</b>	(23.436)	(25.451)	(27.640)	(30.017)	(32.599)
<b>Demanda Detectada</b>	4.039.798	4.095.481	4.151.809	4.208.780	4.266.389

*Fuente: Elaboración Propia*

Siendo así, para la proyección de la demanda existente de servicios de barbería y proyectada a 5 años, se tiene:

- Demanda insatisfecha año 1: 4.039.798 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 2: 4.095.481 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 3: 4.151.809 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 4: 4.208.780 solicitudes.
- Demanda insatisfecha año 5: 4.266.389 solicitudes.

#### **4.7. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS**

Para este análisis, se realizó de acuerdo con los precios actuales en la prestación de servicios de peluquería y barbería, que de las diez empresas encuestadas reportan. Sólo se tuvo en cuenta para la comparación, los 13 servicios (10 de peluquería y 3 de barbería) que se pretenden prestar con la empresa de la presente idea de negocio. Es decir, que en la tabla 13 no se muestran todos los servicios que las empresas de peluquería y barbería encuestadas prestan.

Por otro lado, los precios mostrados en la tabla 13 corresponden a precios promedios cobrados por los diferentes servicios de peluquería y barbería mostrados. Las celdas con espacios en blanco, es decir, sin precio alguno, corresponden a servicios que no son prestados por las empresas, al momento de ser encuestadas.

**Tabla 13: Análisis de Precios**

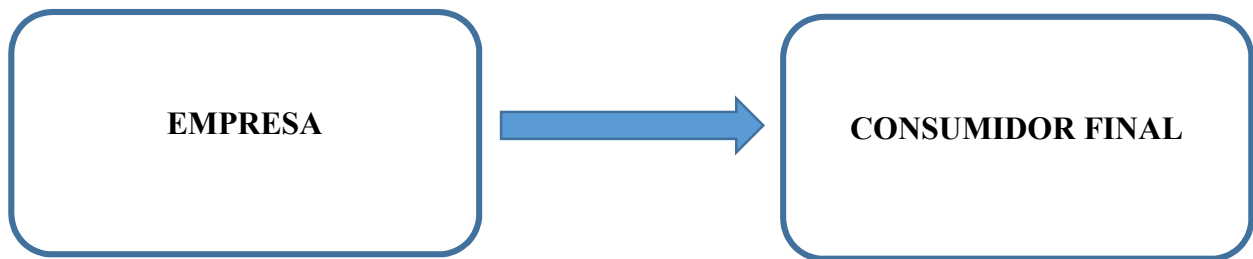
<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA 1</b>	<b>EMPRESA 2</b>	<b>EMPRESA 3</b>	<b>EMPRESA 4</b>	<b>EMPRESA 5</b>	<b>EMPRESA 6</b>	<b>EMPRESA 7</b>	<b>EMPRESA 8</b>	<b>EMPRESA 9</b>	<b>EMPRESA 10</b>	<b>Promedios</b>
	Rizos Peluquería	Jhon Bololo	George Peluquería	Mendoza & Mendoza	Oleida Peluquería	Luz Mery H Peluquería	Siempre Bellas	Peluquería Destellos	Gina García	Mares Peluquería	
<b>SERVICIOS DE PELUQUERÍA</b>											
<b>Corte de Cabello</b>	\$ 12.000	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 35.000	\$ 40.000	\$ 12.000	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 22.000	\$19.600
<b>Mechas</b>	\$	\$ 60.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 120.000	\$ 200.000	\$ 180.000	\$ 250.000	\$	\$ 200.000	\$171.250
<b>Marcados</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Recogidos y/o Trenzados</b>	\$	\$ 20.000	\$	\$	\$	\$ 40.000	\$ 45.000	\$ 40.000	\$38.000	\$ 35.000	\$36.333
<b>Peinados con tenacillas y/o planchas</b>	\$	\$20.000	\$	\$	\$ 100.000	\$25.000	\$	\$	\$	\$ 35.000	\$45.000
<b>Coloración y/o descoloración</b>	\$	\$ 35.000	\$ 160.000	\$ 150.000	\$ 200.000	\$ 35.000	\$	\$ 100.000	\$	\$ 130.000	\$115.714
<b>Moldeadores</b>	\$ 20.000	\$ 20.000	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 25.000	\$21.667
<b>Alisados y/o Rizados</b>	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 22.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 20.000	\$ 80.000	\$ 250.000	\$50.000	\$ 140.000	\$86.200
<b>Mantas y/o Extensiones</b>	\$ 50.000	\$	\$	\$ 80.000	\$	\$	\$	\$	\$ 20.000	\$ 200.000	\$87.500
<b>Cepillado</b>	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 22.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$20.800
<b>SERVICIOS DE BARBERÍA</b>											
<b>Corte o motilado del bello facial</b>	\$	\$ 15.000	\$ 14.000	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 18.000	\$	\$ 10.000	\$14.000
<b>Rasurada o Afeitada</b>	\$ 10.000	\$ 6.000	\$	\$ 15.000	\$ 15.000	\$	\$	\$ 8.000	\$ 15.000	\$	\$11.500
<b>Depilación con Cera</b>	\$ 9.000	\$	\$	\$ 30.000	\$	\$ 10.000	\$	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 10.000	\$19.833

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **4.8.CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

El canal de comercialización que se utilizará en la empresa será un canal directo entre la misma empresa y los consumidores/clientes finales. Esto es con el fin evitar ceder márgenes de utilidad al emplear intermediarios. Además, por la modalidad del tipo de servicio que se quiere prestar, simplemente no hay espacio para intermediarios. Esto está representado en el gráfico 8.

*Gráfico 8: Canal de Comercialización*



*Fuente: Elaboración Propia*



#### 4.9.IMAGEN CORPORATIVA



*Fuente: Elaboración Propia*

- El hombre y la mujer simbolizan que la empresa prestará sus servicios a personas de ambos sexos.
- El nombre de la empresa “*Stylo Hair & Beard*” es un juego de palabras entre el idioma inglés y el español, que referencian tanto al servicio de peluquería como de barbería.

#### 4.10. ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Para la publicidad de la empresa, esta se hará a través de campañas de anuncios por medio de redes sociales, que, para este caso, se ha elegido crear una página en Facebook y una en Instagram, ya que se les considera dos de las redes sociales más llamativas y usadas por parte del público general. Esto permitirá que la publicación de información se haga con una frecuencia de actualización más continua y rápida, realizada incluso por personal de la empresa. De esta manera, no se incurre en gastos de más en la contratación de terceros para llevar cabo la creación y mantenimiento de una página web.

Por otro lado, se dará a conocer la empresa al transeúnte a través de volantes, los cuales mostrarán los servicios a ofrecer, o promociones de haberlas, así como los *hashtags* respectivos de las páginas en las redes sociales ya mencionadas, para que conozcan más de la empresa y el portafolio a ofrecer, así como números de contacto para quienes deseen solicitar servicios o conocer más sobre la prestación de estos, de esta manera convencional. Esta estrategia, se hará con una frecuencia mensual. La elaboración y producción de los volantes se efectuará en las instalaciones de la oficina, de igual forma por personal de la empresa, evitando así emplear litografías que también aumentarían los gastos.

Para la elaboración y producción de los volantes, se cuenta con un presupuesto mensual de \$50.000 (ver **Tabla 37: Gastos de Venta**, página 106), los cuales se utilizarán para la adquisición de 4 paquetes de resma tamaño carta, de 500 hojas cada una. A su vez, de una hoja resma se harán 4 volantes. Con esto, se tendrá una fabricación de 8.000 volantes al mes:

$$\begin{array}{lcl} 4 \text{ resmas} * 500 \text{ hojas} & = 2.000 \text{ hojas} & = 4.000 \text{ páginas} \\ 2.000 \text{ hojas} * 4 \text{ volantes} & = 8.000 \text{ volantes} & \end{array}$$

Para los insumos de tinta, gracias a las ventajas que una impresora de tinta continua ofrece (ver **Tabla 27: Inversión en Maquinaria y Equipos**, página 96), con la adquisición de dos tanques de tinta negro (70ml) se pueden imprimir 9.000 páginas, mientras que los tanques de tinta a color (70ml cada uno, necesarios 3: amarillo, azul y rojo) permiten la impresión de 8.500 páginas, suficientes para la impresión bimensual de 4.000 hojas = 8.000 páginas. Por lo tanto, la compra de estos insumos se hará de manera bimensual con un presupuesto de \$70.000 (ver **Tabla 35: Otros Gastos Administrativos – Útiles y Papelería**, página 105).

La distribución de los volantes se llevará a cabo por el personal que prestará los servicios de peluquería y barbería, sacando ventaja de la movilidad que estos tendrán por diferentes zonas del casco urbano de la ciudad, al desplazarse para atender las solicitudes. Así, con la cantidad de 8.000 volantes al mes, entre 15 trabajadores (10 de peluquería y 5 de barbería), se tiene que cada personal tendrá el compromiso de repartir 533 volantes, a 30 días (ciclo operativo), lo que se traduce en 17 volantes por día.

$$8.000 \text{ volantes} / 15 \text{ empleados} = 533 \text{ volantes por empleado} / 30 \text{ días} = 17 \text{ volantes por día}$$

Las pautas publicitarias por medio de canales televisivos locales (TV5 y Canal Montería) o periodísticos (Meridiano de Córdoba), de momento, no han sido tomados en consideración debido a que se incrementaría considerablemente los gastos de venta.

## **5. ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL**

### **5.1.TAMAÑO DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

De acuerdo a los datos analizados en el estudio de mercado, la demanda actual supera a la oferta actual, generando una demanda existente insatisfecha. Por lo tanto, cualquiera que sea el tamaño de la prestación de los servicios de peluquería y barbería que la empresa del presente plan de negocio provea, ayudará a satisfacer un poco más la necesidad que tiene el mercado de Montería respecto al consumo de este tipo de servicios. Por lo tanto, para determinar dicho tamaño, se tiene en cuenta tres variables: dimensión del mercado, disponibilidad de insumos, equipos y tecnología, y personal.

#### **5.1.1. Variables que Definen el Tamaño de la Prestación de los Servicios.**

##### **5.1.1.1. *Dimensión del Mercado.***

Actualmente los servicios, ya sean de peluquería o barbería, son de consumo masivo, en especial aquellos relacionados con los de peluquería. El segmento de mercado al que esta empresa apunta prestar dichos servicios es de 362.133 personas, de las cuales 283.912 solicitan servicios de peluquería en sitios especiales para ello generando una demanda actual de 6.064.368 solicitudes al año, y 171.651 personas solicitan servicios de barbería en sitios especiales para ello generado una demanda actual de 4.006.344 solicitudes al año. Por otro lado, de las 10 empresas de peluquería-barbería consideradas de alta competencia que fueron encuestadas, tienen una capacidad de oferta para prestar 56.940 servicios de peluquería y 21.580 servicios de barbería al año. Así, con dichos datos, se tiene una demanda existente insatisfecha de servicios de peluquería de 6.007.428 solicitudes y de barbería de 3.984.764 solicitudes al año.

### **5.1.1.2. Insumos, Equipos y Tecnología.**

Para la prestación de servicios de peluquería y barbería, no es necesario la implementación de maquinaria de alta tecnología. Esto se puede observar con más detalle en el punto 5.5.

**Maquinaria de Trabajo** del estudio técnico. Por ende, no habrá grandes inversiones en la adquisición de este tipo de elementos. Así mismo aplica para los insumos requeridos para prestar dichos servicios, ya que suelen ser de precios accesibles al igual que su cuantía. En la ciudad de Montería, hay dos grandes proveedoras de este tipo de insumos y equipos, las cuales son Almacén Sandra y Rizos.

### **5.1.1.3. Personal.**

Dado que esta empresa se dedicará a la prestación de servicios de peluquería y barbería, el tamaño de la prestación de estos servicios dependerá mayormente de la cantidad de personal con que se cuente. En Montería, en materia de institutos que entrenen personal para la prestación de servicios de peluquería y barbería, existen dos academias (Academia Sandra y Rizos) y tres corporaciones educativas (CENSA, CESCOR y Tecnológico San Agustín) con niveles técnicos y tecnólogos. Así entonces, es posible conseguir mano de obra calificada para prestar dichos servicios. Por consiguiente, se pondrá a disposición para la prestación de servicios de peluquería a 10 personas, y para la prestación de servicios de barbería a 5 personas. Además, por motivos logísticos de movilización del personal, y con el fin de no exceder las 8 horas de trabajo ordinarias reglamentarias, al día se tendrá la meta de prestar 6 horas de servicios de peluquería y 6 horas de servicios de barbería a quienes corresponda.

De esta manera, en las tablas 14 y 15 se muestra el tamaño de prestación de servicios de peluquería y barbería respectivamente.

*Tabla 14: Tamaño de prestación de servicios de peluquería*

<b>N° de Empleados</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Día por cada Empleado</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Día en Total</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas a la Semana en Total (7 Días)</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Año en Total (52 Semanas)</b>
<b>10</b>	6	60	420	21.840

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 15: Tamaño de prestación de servicios de barbería*

<b>N° de Empleados</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Día por cada Empleado</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Día en Total</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas a la Semana en Total (7 Días)</b>	<b>Horas de Servicios Prestadas al Año en Total (52 Semanas)</b>
<b>5</b>	6	30	210	10.920

*Fuente: Elaboración Propia*

### 5.1.2. Porcentaje de Cobertura.

Para determinar el porcentaje de cobertura que proporcionará esta empresa, se toma en cuenta la demanda existente insatisfecha actual y el tamaño de la prestación de servicios, utilizando la siguiente ecuación:

$PC = (T / DEI) * 100\%$ , donde:

PC = Porcentaje de Cobertura

T = Tamaño de la Prestación del Servicio

DEI = Demanda Existente Insatisfecha

Entonces,

#### **Porcentaje de Cobertura de Servicios de Peluquería**

$$PC_{\text{peluquería}} = (21.840 / 6.007.428) * 100\% = 0,36\%$$

#### **Porcentaje de Cobertura de Servicios de Barbería**

$$PC_{\text{barbería}} = (10.920 / 3.984.764) * 100\% = 0,27\%$$

Siendo así, se tiene entonces que para los servicios de peluquería se cubriría un 0,36% y para los servicios de barbería se cubriría un 0,27% de la demanda existente insatisfecha actual que hay.

## **5.2.LOCALIZACIÓN**

La empresa del presente estudio de factibilidad plantea un nuevo modelo de negocio al convencional referente a la prestación de servicios de peluquería y barbería, la cual pretende llevar dichos servicios a la comodidad del domicilio del solicitante. Sin embargo, para efectuar sus operaciones de logística, es necesario el establecimiento de una oficina, que, si bien no requiere la misma inversión y/o gasto en adecuación y mantenimiento que un local comercial demanda para prestar estos servicios, si se hace necesario un espacio desde el cual llevar a cabo los procesos de recepción de solicitudes, agendamiento de estos y despacho del personal para atenderlos.

Siendo así, en términos de la macrolocalización se tuvo en cuenta aspectos económicos, culturales, políticos y sociales de tres municipios. En términos de microlocalización, de los tres sectores alternativos del municipio elegido (norte, centro y sur), se tuvo en cuenta aspectos como disponibilidad locativa, costo de arriendo, costo de servicios públicos, afluencia de clientes y posibilidad de expansión. Esta información puede ser observada a mayor detalle en las tablas 16 y 17.



### 5.2.1. Macrolocalización.

La macrolocalización consiste en el análisis de factores económicos, culturales, políticos y sociales, con el objetivo de elegir la ciudad más favorable para la ubicación de la planta de producción o prestación del servicio.

El orden en que quedaron las alternativas fue:

1. Montería: 93
2. Cereté: 81
3. Planeta Rica: 79,5

La mejor alternativa la constituye la ciudad de Montería, ya que esta lidera en los factores relevantes de:

- Económicos:
  - Ubicación del consumidor.
  - Vías de comunicación.
  - Medios de comunicación.
  - Ubicación de proveedores.
  - Dinamismo económico.
- Culturales:
  - Hábitos de consumo.
- Sociales:
  - Actitud de la comunidad.

Ver tabla 16.

*Tabla 16: Macrolocalización*

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO Esc.0-1	ALTERNATIVA DE MACROLOCALIZACIÓN					
		Montería		Cereté		Planeta Rica	
		Calificación Esc.1-100	Calificación Ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación Ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación Ponderada
<b>ECONÓMICOS</b>							
Ubicación del Consumidor	0,20	100	20	90	18	80	16
Vías de Comunicación	0,1	100	10	90	9	80	8
Medios de Comunicación	0,1	100	10	80	8	80	8
Ubicación de Proveedores	0,1	100	10	50	5	50	5
Dinamismo Económico	0,1	100	10	70	7	80	8
Costo Mano de Obra	0,05	50	2,5	80	4	80	4
<b>CULTURALES</b>							
Hábitos de Consumo	0,1	80	8	70	7	70	7
<b>POLÍTICOS</b>							
Regulaciones Específicas	0,05	50	2,5	80	4	90	4,5
<b>SOCIALES</b>							
Interés del Municipio	0,1	100	10	100	10	100	10
Actitud de la Comunidad	0,1	100	10	90	9	90	9
<b>TOTALES</b>	1.00		93		81		79,5

*Fuente: Elaboración Propia*

### 5.2.2. Microlocalización.

La microlocalización consiste en el análisis de factores tales como la disponibilidad locativa, costo de arrendamiento y servicios públicos, afluencia de clientes y posibilidad de expansión de la ciudad elegida en la macrolocalización, para seleccionar el sector más favorable para la ubicación de la planta de producción o prestación del servicio.

El orden en que quedaron las alternativas fue:

1. Sur de la Ciudad: 86,5
2. Centro de la Ciudad: 84,5
3. Norte de la Ciudad: 66,5

La mejor alternativa la constituye la parte sur de la ciudad de Montería, ya que esta lidera en los factores relevantes de:

- Costo de arriendo.
- Costo de servicios públicos.

Ver tabla 17.

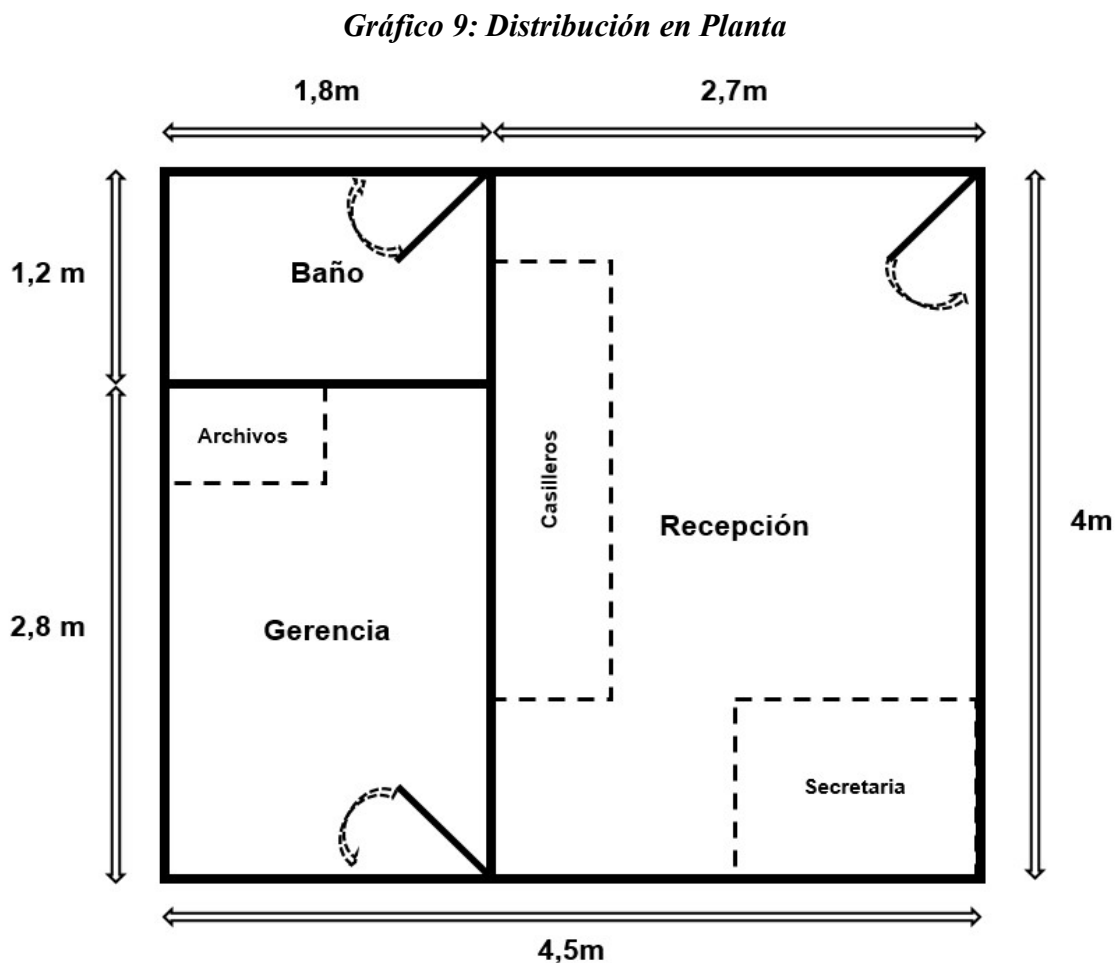
*Tabla 17: Microlocalización*

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO (0-1)	ALTERNATIVA DE MICROLOCALIZACIÓN					
		Norte de la Ciudad		Centro de la Ciudad		Sur de la Ciudad	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
		(0-100)		(0-100)		(0-100)	
<b>Disponibilidad Locativa</b>	0,25	70	17,5	90	22,5	80	20
<b>Costo de Arriendo</b>	0,15	50	7,5	75	11,25	100	15
<b>Costo de Servicios Públicos</b>	0,15	50	7,5	65	9,75	100	15
<b>Afluencia de Clientes</b>	0,25	80	20	100	25	90	22,5
<b>Posibilidades de Expansión</b>	0,20	70	14	80	16	70	14
<b>TOTALES</b>	1.00		66,5		84,5		86,5

*Fuente: Elaboración Propia*

### 5.3.DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Como lo mencionado en el punto 5.2. *Localización*, a pesar de que el servicio que se pretende prestar con la empresa de este plan de negocios es a domicilio, se hace necesario de contar con una oficina desde la cual llevar a cabo procesos logísticos relacionados con la atención de solicitudes y la asignación del personal para la atención de estas. Para ello, en el gráfico 9 se muestra la distribución y dimensiones de la planta, que en este caso corresponde a un local de oficina.



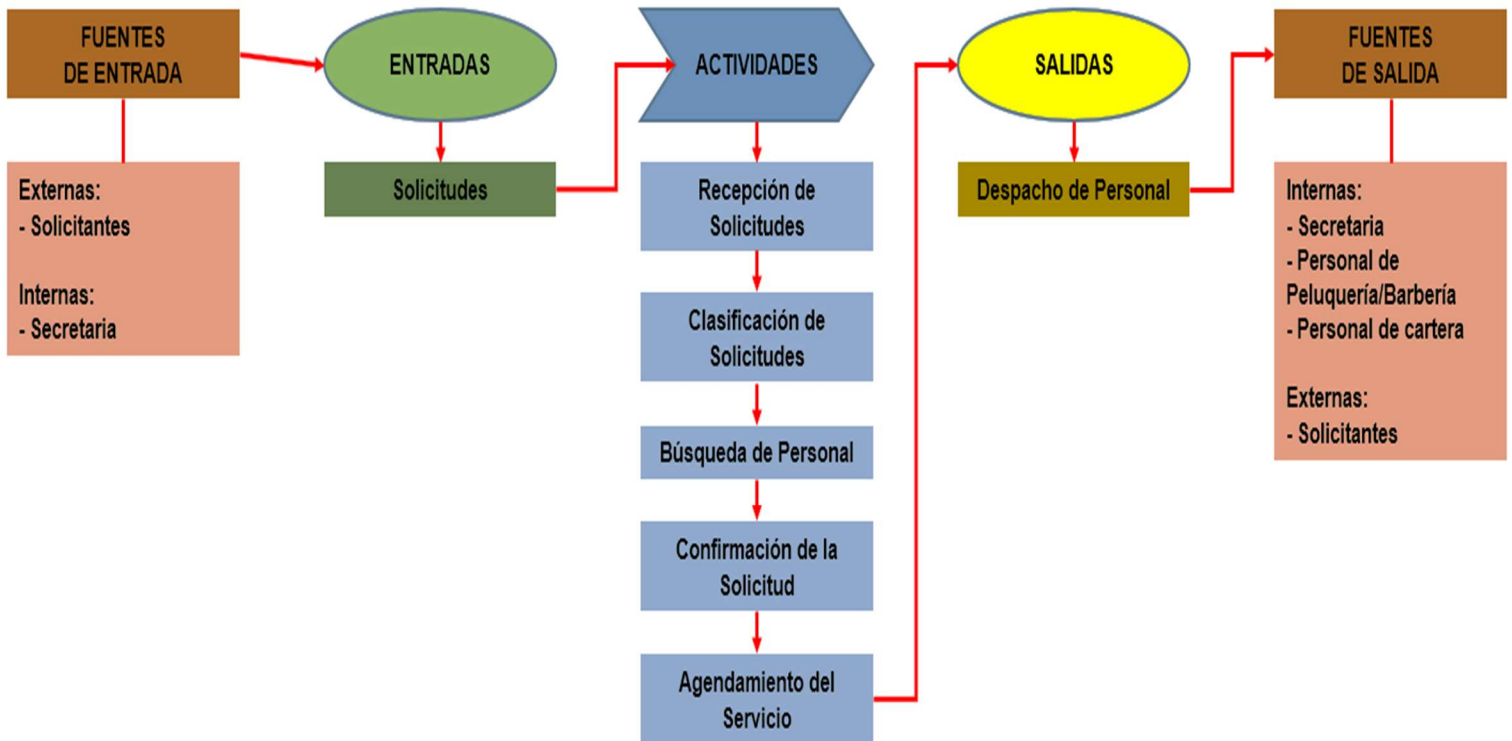
*Fuente: Elaboración Propia*

## 5.4.PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El proceso de prestación de servicios de peluquería y barbería esta detallado en el gráfico 10.

Para este proceso, se cuenta con una entrada, cinco actividades y una salida.

**Gráfico 10: Proceso de Prestación de Servicios**



**Fuente: Elaboración Propia**

## **5.4.1. Descripción del Proceso de Prestación de Servicios.**

### **5.4.1.1. *Solicitudes.***

Las solicitudes serán hechas por personas quienes deseen agendar un servicio ya sea de peluquería y/o barbería, lo cual se hará principalmente a través de las páginas creadas en redes sociales tales como Facebook e Instagram por medio de un mensaje, aunque también se proporcionará un número de línea local y uno de telefonía móvil para quienes prefieran hacer su solicitud por estos otros medios. Estas solicitudes deben hacerse, al menos, un día antes a la prestación del servicio.

### **5.4.1.2. *Recepción de Solicitudes.***

Para la recepción de solicitudes, si el cliente no proporciona información tal como el tipo de servicio a agendar, día y hora para la atención, dirección del domicilio, forma de pago, y número telefónico (para confirmar la solicitud o dirección de residencia), se debe proceder a pedirle dichos datos.

### **5.4.1.3. *Clasificación de Solicitudes.***

Para clasificar las solicitudes, se tendrá en cuenta el siguiente orden:

- Tipo de servicio: peluquería o barbería.
- Día de la semana: qué día de lunes a domingo.
- Jornada del día: hora.
- Sector de la ciudad: Norte, Centro, Sur, Este u Oeste (Margen Izquierda).

#### **5.4.1.4. *Búsqueda de Personal.***

Una vez clasificada la solicitud, se procede a buscar el personal que esté disponible y que cumpla con lo solicitado por el cliente en lo referente a: tipo de servicio, día y hora para la atención. El personal que se dispuso para atender servicios de peluquería también puede atender servicios de barbería, siempre y cuando no se le haya agendado compromisos previos. Así mismo, esto aplica para el personal que se dispuso de barbería, quienes también están en capacidad de atender solicitudes de peluquería, de estar disponibles.

#### **5.4.1.5. *Confirmación de la Solicitud.***

Una vez ubicado el personal disponible, ya sea para atender una solicitud de servicio de peluquería y/o barbería, se le confirma al cliente, por el mismo medio en que éste solicitó su orden, que esta ha sido registrada, agendada y que se ha dispuesto de personal para su atención. En el caso remoto de no contar con personal disponible para prestar el servicio, ya sea en el día o la hora (alrededor) que el cliente lo solicita, se le dará otro día y/u hora tentativa para acordar y agendar una atención, con alguna promoción especial.

#### **5.4.1.6. *Agendamiento del Servicio.***

Después de acordar con el solicitante el tipo de servicio, día y hora de atención, se procede a guardar en los archivos de la empresa dicha solicitud, para posteriormente notificarle al personal de dicho servicio solicitado y para tener registro de los servicios prestados.



#### **5.4.1.7. *Despacho de Personal.***

Por último, una vez se haya agendado la solicitud, se le notificará al personal, a través de mensajes de texto, de los diversos servicios que se deben atender durante la jornada. Para el caso del personal de peluquería y barbería, en lo posible, se le agendará solicitudes que se hayan hecho para el mismo sector de la ciudad: norte, centro, sur, este u oeste, con el fin de facilitar la movilidad. Para el personal de cartera, se le dará autorización para proceder con los cobros una vez la solicitud haya sido atendida. Para esto, el personal de peluquería y barbería debe notificar a secretaría inmediatamente haya culminado con la prestación del servicio.

## 5.5.MAQUINARIA DE TRABAJO

En la tabla 18 se mencionan los diferentes equipos e insumos elementales que son necesarios para prestar los servicios ya sean de peluquería o barbería. Por el lado de peluquería, se ofrecen diez servicios, mientras que por el lado de barbería se ofrecen tres servicios. Así mismo, independientemente del servicio a prestar, cada personal de peluquería y/o barbería contará con tapabocas, guantes y paños húmedos desechables con el fin de promover la higiene.

*Tabla 18: Maquinaria de Trabajo: Equipos e Insumos*

TIPO DE SERVICIO	EQUIPOS	INSUMOS
<b>PELUQUERÍA</b>		
<b>Corte de cabello</b>	Máquina de motilar, tijeras de motilar, peinillas, cepillo de cabello, rasuradora, brocha talquera, capa.	Gel, lacas, crema para peinar, cuchilla de afeitar, agua, shampoo y acondicionador de cabello.
<b>Mechas</b>	Tazas y cucharas de medir, Capa.	Papel aluminio, gel, polvo decolorante, agua oxigenada, matizante, sellante de cutícula, aceite de argán, agua, shampoo y acondicionador de cabello.
<b>Marcados</b>	Máquina de motilar, rasuradora, brocha talquera, capa.	Cuchilla de afeitar, agua, shampoo y acondicionador de cabello.
<b>Recogidos y/o Trenzados</b>	Peinillas, capa.	Gel, lacas, ligas, ganchos.
<b>Peinados con Tenacillas y/o Planchas</b>	Peinillas, cepillo de cabello, tenacilla de cabello, plancha de cabello, capa.	Gel, lacas, ligas, ganchos.
<b>Coloración y/o Descoloración</b>	Brocha de cabello para tintes, tazas y cucharas para medir, peinillas, capa.	Papel aluminio, pintura de cabello, agua oxigenada, agua, shampoo y acondicionador de cabello.
<b>Moldeadores</b>	Peinillas, capa.	Gel, lacas, crema de peinar.
<b>Alisados y/o Rizados</b>	Peinillas, cepillo de cabello, secador de cabello, tenacilla de cabello, plancha de cabello, capa.	Alicer con queratina, neutralizante, sellante de cutícula, agua, shampoo y acondicionador de cabello.
<b>Mantas y/o Extensiones</b>	Peinillas, tazas y cucharas de medir, capa.	Clips, cabello natural o sintético, nylon.
<b>Cepillado</b>	Peinillas, cepillo de cabello, secador de cabello, capa.	Agua, shampoo y acondicionador de cabello.

<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>EQUIPOS</b>	<b>INSUMOS</b>
<b>BARBERÍA</b>		
<b>Corte o motilado del bello facial</b>	Máquina de motilar, tijeras de motilar, peinillas, brocha talquera, capa.	Cuchilla de afeitar.
<b>Rasurada o afeitada</b>	Rasuradora, capa.	Espuma/gel para afeitar, cuchilla de afeitar, crema hidratante después de afeitar, agua.
<b>Depilación con cera</b>	Tazas y cucharas para medir, Capa.	Cera depilatoria, tiras para cera, paletas de madera.

***Fuente: Elaboración Propia***

Los equipos serán proporcionados por la empresa al igual que la mayoría de los insumos. Sin embargo, algunos de los insumos pueden ser proveídos por el cliente mismo, como lo es el agua, shampoo y acondicionador para cabello, polvo decolorante, pintura para cabello, y el cabello ya sea natural o artificial para el caso de las mantas y/o extensiones, ya que estos son insumos que difieren de cliente en cliente, por cuestión de gusto, economía o moda.

## **5.6.NATURALEZA JURÍDICA**

La presente empresa de prestación de servicios de peluquería y barbería a domicilio será constituida como una sociedad unipersonal, debido a las facilidades y flexibilidades que hay para su constitución, registro mercantil, puesta en marcha, y responsabilidades jurídicas y fiscales.

Así, de acuerdo al Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995, una persona, ya sea natural o jurídica, que cumpla con los requerimientos para ejercer el comercio, podrá llevar a cabo una o varias actividades de carácter mercantil siempre y cuando destine parte de sus activos para ello. Consecuentemente, para crear la empresa unipersonal, se debe tener presente lo estipulado en esta ley, en especial el Capítulo VIII, lo cual se cita a continuación.

**ARTÍCULO 72. REQUISITOS DE FORMACIÓN.** La Empresa Unipersonal se creará mediante documento escrito en el cual se expresará:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario;
2. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión "Empresa Unipersonal", o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.
3. El domicilio.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.

6. El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.

Cuando los activos destinados a la empresa comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la empresa deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

7. El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.

8. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos, comprendidos dentro de las actividades previstas.

Delegada totalmente la administración y mientras se mantenga dicha delegación, el empresario no podrá realizar actos y contratos a nombre de la Empresa Unipersonal.

**PARÁGRAFO.** Las Cámaras de Comercio se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya la empresa unipersonal, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en este artículo o cuando a la diligencia de registro no concurra personalmente el constituyente o su representante o apoderado.

**ARTÍCULO 73. RESPONSABILIDAD DE LOS ADMINISTRADORES.** La responsabilidad de los administradores será la prevista en el régimen general de sociedades.

**ARTÍCULO 74. APORTACIÓN POSTERIOR DE BIENES.** El empresario podrá aumentar el capital de la empresa mediante la aportación de nuevos bienes. En este caso se procederá en la forma prevista para la constitución de la empresa. La disminución del capital se sujetará a las mismas reglas señaladas en el artículo 145 del Código de Comercio.

**ARTÍCULO 75. PROHIBICIONES.** En ningún caso el empresario podrá directamente o por interpuesta persona retirar para sí o para un tercero, cualquier clase de bienes pertenecientes a la Empresa Unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificados.

El titular de la empresa unipersonal no puede contratar con ésta, ni tampoco podrán hacerlo entre sí empresas unipersonales constituidas por el mismo titular. Tales actos serán ineficaces de pleno derecho.

**ARTÍCULO 76. CESIÓN DE CUOTAS.** El titular de la empresa unipersonal, podrá ceder total o parcialmente las cuotas sociales a otras personas naturales o jurídicas, mediante documento escrito que se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. A partir de este momento producirá efectos la cesión.

**PARÁGRAFO.** Las Cámaras de Comercio se abstendrán de inscribir la correspondiente cesión cuando a la diligencia de registro no concurren el cedente y el cesionario, personalmente o a través de sus representantes o apoderados.

**ARTÍCULO 77. CONVERSIÓN A SOCIEDAD.** Cuando por virtud de la cesión o por cualquier otro acto jurídico, la empresa llegare a pertenecer a dos o más personas, deberá

convertirse en sociedad comercial para lo cual, dentro de los seis meses siguientes a la inscripción de aquélla en el registro mercantil se elaborarán los estatutos sociales de acuerdo con la forma de sociedad adoptada. Estos deberán elevarse a escritura pública que se otorgará por todos los socios e inscribirse en el registro mercantil. La nueva sociedad asumirá, sin solución de continuidad, los derechos y obligaciones de la empresa unipersonal.

Transcurrido dicho término sin que se cumplan las formalidades aludidas, quedará disuelta de pleno derecho y deberá liquidarse.

**ARTÍCULO 78. JUSTIFICACIÓN DE UTILIDADES.** Las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

**ARTÍCULO 79. TERMINACIÓN DE LA EMPRESA.** Empresa Unipersonal se disolverá en los siguientes casos:

1. Por voluntad del titular de la empresa.
2. Por vencimiento del término previsto, si los hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
3. Por muerte del constituyente cuando así se haya estipulado expresamente en el acto de constitución de la empresa unipersonal o en sus reformas.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.

5. Por orden de autoridad competente.

6. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio de la empresa en más del cincuenta por ciento.

7. Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

En el caso previsto en el numeral segundo anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución se hará constar en documento privado que se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

No obstante, podrá evitarse la disolución de la empresa adoptándose las medidas que sean del caso según la causal ocurrida, siempre que se haga dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el empresario mismo o una persona designada por éste o por la Superintendencia de Sociedades, a solicitud de cualquier acreedor.

**ARTÍCULO 80. NORMAS APLICABLES A LA EMPRESA UNIPERSONAL.** En lo no previsto en la presente Ley, se aplicará a la empresa unipersonal en cuanto sean compatibles, las disposiciones relativas a las sociedades comerciales y, en especial, las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada.



Así mismo, las empresas unipersonales estarán sujetas, en lo pertinente, a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, en los casos que determine el Presidente de la República.

Se entenderán predicables de la empresa unipersonal las referencias que a las sociedades se hagan en los regímenes de inhabilidades e incompatibilidades previstos en la Constitución o en la ley.

**ARTÍCULO 81. CONVERSIÓN EN EMPRESA UNIPERSONAL.** Cuando una sociedad se disuelva por la reducción del número de socios a uno, podrá, sin liquidarse, convertirse en empresa unipersonal, siempre que la decisión respectiva se solemnice mediante escritura pública y se inscriba en el registro mercantil dentro de los seis meses siguientes a la disolución. En este caso, la empresa unipersonal asumirá, sin solución de continuidad, los derechos y obligaciones de la sociedad disuelta.

## **5.7.MISIÓN**

La misión de la empresa “Stylo Hair & Beard E.U.” es la siguiente:

“Stylo Hair & Beard E.U. es una empresa de servicios de peluquería y barbería que le ofrece al consumidor una atención de calidad y comodidad en su domicilio asistida por personal profesional empleando las últimas técnicas para estar a la vanguardia de la moda actual orientado a residentes de la ciudad de Montería.”

## **5.8.VISIÓN**

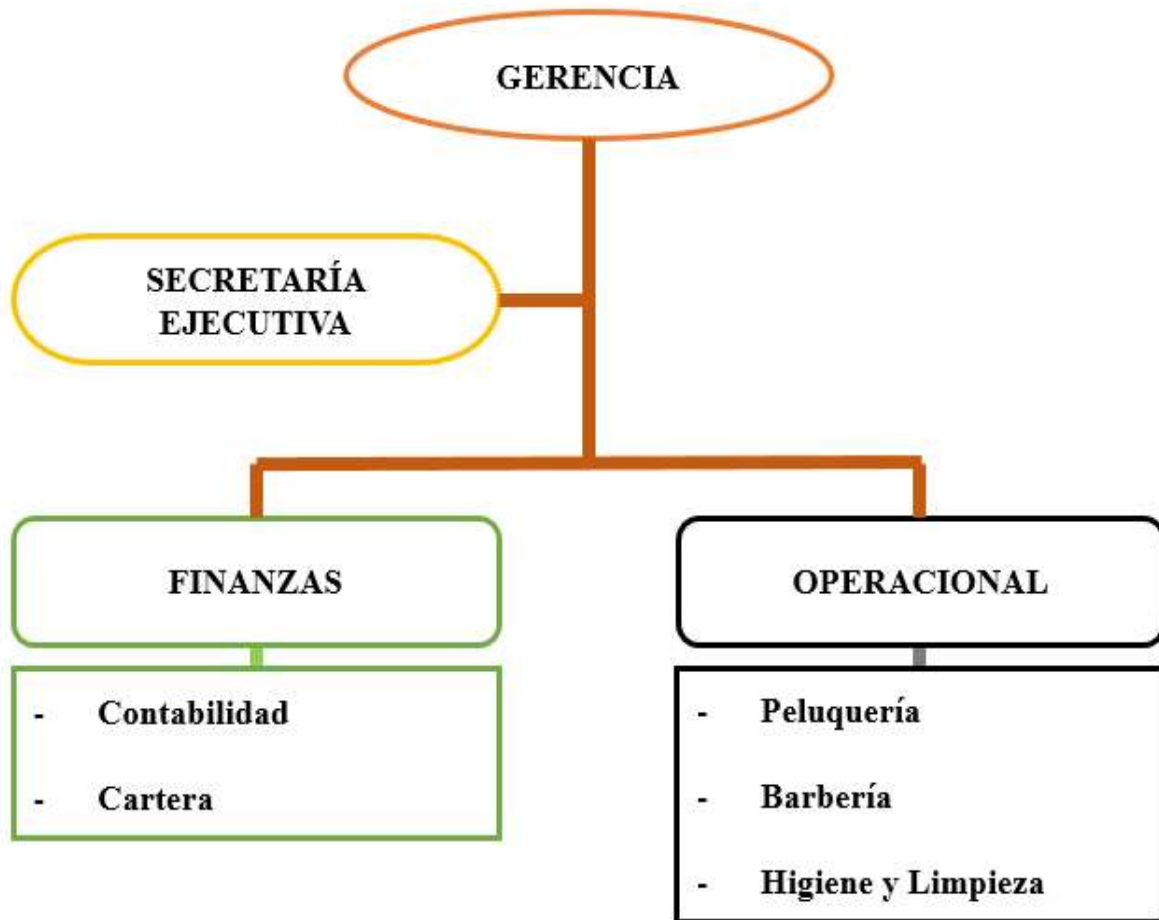
La visión de la empresa “Stylo Hair & Beard E.U.” es la siguiente:

“Ser para el 2024 una marca de referencia a nivel departamental mediante la expansión de su modelo de negocio en la prestación de servicios de peluquería y barbería a municipios circundantes.”

## 5.9.ORGANIGRAMA

Las dependencias funcionales de la oficina de Stylo Hair & Beard E.U están representadas en el gráfico 11.

*Gráfico 11: Organigrama*



*Fuente: Elaboración Propia*

## 5.10. MANUAL DE FUNCIONES

Para la operación de esta empresa, se hace necesario de un gerente (tabla 19), una secretaria ejecutiva (tabla 20), un contador (tabla 21), un auxiliar de cartera (tabla 22), diez personas encargadas de prestar los servicios de peluquería (tabla 23) y cinco personas encargadas de prestar los servicios de barbería (tabla 24), y un auxiliar de aseo (tabla 25).

*Tabla 19: Manual de funciones del gerente*

### *Manual de Funciones del Gerente*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	-
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional en Administración en Finanzas, Administración de Empresas y/o carreras afines.
Experiencia:	1 año
<b>Objetivo Principal</b>	
Manejar la parte administrativa, financiera y talento humano de la empresa.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades a ejecutar en beneficio de la misión de la empresa.</li><li>• Tomar decisiones respecto a la administración, finanzas y talento humano de la empresa.</li><li>• Ejercer liderazgo sobre los empleados de la empresa.</li><li>• Supervisar las funciones de la secretaria ejecutiva.</li><li>• Contratar al personal necesario para las respectivas dependencias de la empresa.</li><li>• Motivar y monitorizar las metas (a corto y largo plazo) del personal de operaciones.</li><li>• Guardar registros de las transacciones financieras de la empresa.</li><li>• Proporcionarle a contabilidad información financiera de la empresa.</li><li>• Servir como representante legal de la empresa.</li></ul>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 20: Manual de funciones de la secretaria ejecutiva**

*Manual de Funciones de la Secretaria Ejecutiva*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Secretaria Ejecutiva
Dependencia:	Secretaría Ejecutiva
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerencia
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Técnico, Tecnólogo, Auxiliar Técnico, Auxiliar Tecnólogo en Secretariado Ejecutivo y/o carreras afines.
Experiencia:	6 meses
<b>Objetivo Principal</b>	
Organizar el agendamiento de solicitudes de peluquería y barbería.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por la apertura y cierre de la oficina, encendido y apagado de los elementos electrónicos que en esta se encuentren.</li> <li>• Recibir hojas de vida de personal candidato de vacantes a que haya lugar.</li> <li>• Crear y manejar páginas en redes sociales.</li> <li>• Manejar herramientas de Microsoft Office, en especial de Excel.</li> <li>• Recibir solicitudes de órdenes de servicios de peluquería y/o barbería.</li> <li>• Registrar los datos de solicitud tales como nombre del solicitante, tipo de servicio solicitado, día y hora de solicitud y forma de pago.</li> <li>• Organizar y despachar al personal de peluquería y/o barbería a atender los servicios solicitados.</li> <li>• Organizar y despachar al personal de cartera para realizar cobros a clientes y pagos de proveedores, servicios públicos, y demás cuentas por pagar.</li> <li>• Reportar a gerencia del cumplimiento y/o incumplimiento de metas diarias y semanales.</li> <li>• Reportar a gerencia de los servicios atendidos, cuentas por cobrar y cuentas por pagar.</li> <li>• Proporcionarle a contabilidad información financiera de la empresa.</li> </ul>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 21: Manual de funciones del contador**

*Manual de Funciones del Contador*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Finanzas
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerencia
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional, Técnico, Tecnólogo, Auxiliar Técnico, Auxiliar Tecnólogo en Contabilidad o carreras afines.
Experiencia:	6 meses
<b>Objetivo Principal</b>	
Manejar la contabilidad de la empresa.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilar información contable de la empresa proporcionada ya sea por la secretaria ejecutiva o por el gerente.</li> <li>• Interpretar, analizar, organizar y elaborar reportes financieros de los estados de resultado de la empresa.</li> <li>• Interpretar, analizar, organizar y elaborar reportes financieros del balance general de la empresa.</li> <li>• Llevar registros digitales de la contabilidad de la empresa.</li> <li>• Liquidar impuestos de los que la empresa sea responsable.</li> <li>• Asesorar a la gerencia sobre reglamentos, normativas, leyes y/o decretos referentes al fisco.</li> </ul>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 22: Manual de funciones del auxiliar de cartera**

*Manual de Funciones del Auxiliar de Cartera*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Auxiliar de Cartera
Dependencia:	Finanzas
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Secretaría Ejecutiva
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Bachiller Académico.
Experiencia:	Ninguna.
<b>Objetivo Principal</b>	
Realizar los cobros y pagos que la empresa necesite.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar los cobros de los servicios de peluquería y/o barbería prestados.</li><li>• Realizar pagos a los proveedores de los insumos para la prestación de servicios de peluquería y barbería.</li><li>• Realizar pagos de servicios públicos que adeude la empresa.</li><li>• Realizar otras encomiendas de mensajería o consignaciones bancarias que se necesite.</li></ul>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 23: Manual de funciones del personal de peluquería**

*Manual de Funciones del Personal de Peluquería*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Personal de Peluquería
Dependencia:	Operacional
Número de Cargos:	10
Reporta a:	Secretaría Ejecutiva
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Técnico, Tecnólogo en Atención de Servicios de Peluquería y Barbería y/o carreras afines.
Experiencia:	6 meses
<b>Objetivo Principal</b>	
Prestar servicios de peluquería al domicilio del solicitante.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestar servicios de peluquería en cortes de cabello.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en mechas.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en marcados.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en recogidos y/o trenzados.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en peinados con tenacillas y/o planchas.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en coloración y descoloración de cabellos.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en moldeamiento de cabellos.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en alisados y/o trenzados.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en colocación de mantas y/o extensiones.</li> <li>• Prestar servicios de peluquería en cepillado de cabello.</li> <li>• Velar por la adecuada disposición de los desechos.</li> <li>• Participar en los procesos de publicidad de la empresa.</li> </ul>	

***Fuente: Elaboración Propia***



**Tabla 24: Manual de funciones del personal de barbería**

*Manual de Funciones del Personal de Barbería*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Personal de Barbería
Dependencia:	Operacional
Número de Cargos:	5
Reporta a:	Secretaría Ejecutiva
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Técnico, Tecnólogo en Atención de Servicios de Peluquería y Barbería y/o carreras afines.
Experiencia:	6 meses
<b>Objetivo Principal</b>	
Prestar servicios de barbería al domicilio del solicitante.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestar servicios de barbería en corte o motilado del bello facial.</li> <li>• Prestar servicios de barbería en rasuradas o afeitadas.</li> <li>• Prestar servicios de barbería en depilación con cera.</li> <li>• Velar por la adecuada disposición de los desechos.</li> <li>• Participar en los procesos de publicidad de la empresa.</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 25: Manual de funciones del auxiliar de aseo**

*Manual de Funciones del Auxiliar de Aseo*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Auxiliar de Aseo
Dependencia:	Operacional
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Secretaría Ejecutiva
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Bachiller Académico.
Experiencia:	Ninguna.
<b>Objetivo Principal</b>	
Promover y fomentar la higiene y limpieza.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Procurar por el orden y aseo de las diferentes zonas y elementos de la oficina.</li><li>• Velar por la adecuada clasificación y disposición de los desechos.</li><li>• Contribuir con el personal externo encargado de la recolección de desechos.</li></ul>	

**Fuente: Elaboración Propia**

## **5.11. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO**

Para observar a detalle el reglamento interno de trabajo, ver el Anexo 4 (página 175).

## **6. ESTUDIOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL**

### **6.1.IMPACTO SOCIAL**

En lo social, el plan de negocio propuesto representa una oportunidad para generar, en un principio, al menos 15 empleos directos en la ciudad, en especial para aquellas personas con niveles educativos profesional, técnico o tecnólogo entrenadas para atender servicios de peluquería y barbería, que no cuenten con capital de inversión para la remodelación o acomodación, y mantenimiento de un establecimiento comercial para ofrecer este tipo de servicios, o para quienes no se encuentren laborando en uno de estos establecimientos. Así mismo, se generarían 5 empleos indirectos más.

Siendo así, lo anterior favorecerá entonces a mejorar la calidad de vida de aquellas personas que pretendan laborar en este sector de servicios, ya que contarían así con un empleo. Esto evitaría tiempos de desocupación altos sin generación de ingresos, e incluso actos delincuenciales ante la carencia de oportunidades laborales. Consecuentemente, al contar con un empleo, que genere ingresos, será motivo para que las personas le presten utilidad a su sociedad, en la medida que contribuyan a su crecimiento y desarrollo tanto personal como profesional.

En cuanto al consumidor de servicios de peluquería y barbería, ahora se le brindaría una alternativa más cómoda, en su propio domicilio, que la modalidad actual en la que dichos servicios se prestan. De esta manera, se evitarían traslados innecesarios ante la falta de una atención eficiente y oportuna.

## **6.2.IMPACTO ECONÓMICO**

En lo económico, con la generación de empleo que se lograría, como se menciona en el impacto social, se contribuiría también al crecimiento y desarrollo económico de la ciudad. Igualmente, gracias a la modalidad de negocio que se propone, se llegará a un mercado más amplio que el modelo concurrente presenta, con lo cual, se podrá generar más ingresos por la gran cantidad de servicios a atender. Por consiguiente, con más ingresos, se podrá emplear a más personas o brindarles mejores beneficios sociales.

Por otro lado, como ya se ha enfatizado antes, el modelo de negocio planteado se convertiría en una alternativa innovadora en la prestación de servicios de peluquería y barbería en la ciudad. Por lo tanto, como competencia, esto impulsaría a que los actuales prestadores de dichos servicios mejoren sus procesos de atención.

Finalmente, cabe destacar que, como estudio de factibilidad, el presente plan de negocio se convierte en referente de investigación, particularmente para quienes deseen incursionar en la creación de empresa en el sector de peluquería y barbería. Para los gestores del mismo, les proporciona una oportunidad para ser partícipes en el sector empresarial de la ciudad siendo generadores de empleo como previamente se ha resaltado, y aportar más a la contribución que el sector de servicios le provee a la economía del país.

### **6.3.IMPACTO AMBIENTAL**

En lo ambiental, los servicios son el sector económico que menos produce gases y desechos altamente tóxicos, nocivos para la salud del ser humano y del medio ambiente en general. Por lo tanto, los niveles de contaminación que la empresa del presente plan de negocio propone, prácticamente serían muy mínimos.

Sin embargo, a pesar de que los diferentes procesos para la normal operación de la empresa que se propone crear producirían niveles perjudiciales para la comunidad casi nulos, es importante promover la adecuada disposición de los equipos de trabajo una vez estos no presten más su utilidad. Esto es debido a la composición plástica y/o metálica que tienen, ya que son materiales que tardan largos periodos de tiempo en biodegradarse. De forma similar, se toma en cuenta los insumos de un solo uso o aquellos que se agoten, principalmente por el material de sus contenedores, que suelen ser de plástico, aluminio, vidrio, entre otros.

De este modo, para la prevención o reducción al impacto ambiental que la prestación de servicios de peluquería y barbería pueda ocasionar, es necesario la implementación de dos políticas. La primera, constituiría la capacitación del personal operativo y de higiene y limpieza para la clasificación y adecuada disposición de los elementos e insumos que deban ser desechados. La segunda, la contratación de un ente externo especializado para la recolección, manipulación y posterior disposición de dichos desechos.

## 7. ESTUDIO FINANCIERO

### 7.1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas están representadas en adecuaciones de la oficina, maquinaria y equipo, y muebles y enseres. Para la vida útil de los activos fijos depreciables, por efectos tributarios, se tomó en cuenta lo establecido en el Artículo 1.2.1.18.4 del Decreto 1625 de 2016 del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

*Tabla 26: Inversión en Obras Físicas*

<b>INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS</b>				
<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>
Adecuaciones de la oficina	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.000.000</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 27: Inversión en Maquinaria y Equipos**

<b>INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>
Computadora Portátil	2	\$ 880.000	\$ 1.760.000	5
Impresora Tinta Continua	1	\$ 420.000	\$ 420.000	5
Calculadora Manual	2	\$ 70.000	\$ 140.000	5
Teléfono Fijo	1	\$ 50.000	\$ 50.000	5
Teléfono Celular	1	\$ 310.000	\$ 310.000	5
Aire Acondicionado Mini Split	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	10
Ventilador Industrial de Techo (3 Alas)	2	\$ 160.000	\$ 320.000	10
Máquina de Motilar (10 Piezas)	15	\$ 80.000	\$ 1.200.000	10
Tenacilla de Cabello	15	\$ 160.000	\$ 2.400.000	10
Plancha de Cabello	15	\$ 120.000	\$ 1.800.000	10
Secador de Cabello	15	\$ 60.000	\$ 900.000	10
Kit de Tijeras (2 Piezas) + Rasuradora	15	\$ 150.000	\$ 2.250.000	10
Kit de Peinillas (10 Piezas)	15	\$ 15.000	\$ 225.000	10
Kit de Cepillos de Cabello (4 Piezas)	15	\$ 60.000	\$ 900.000	5
Kit de Tazas (4 Piezas) y Cucharas de Medir (4 Piezas)	15	\$ 90.000	\$ 1.350.000	5
Brocha de Cabello para Tintes	15	\$ 15.000	\$ 225.000	5
Brocha Talquera Sacudidora de Pelo	15	\$ 10.000	\$ 150.000	5
Capa para Peluquería/Barbería	15	\$ 30.000	\$ 450.000	10
Caja de Herramientas 26"	15	\$ 60.000	\$ 900.000	10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 17.750.000</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**



**Tabla 28: Inversión en Muebles y Enseres**

<b>INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>
Escritorio Esquinero en L + Silla Ejecutiva	2	\$ 250.000	\$ 500.000	10
Tándem 4 Puestos	1	\$ 450.000	\$ 450.000	10
Set de Sillas Sin Brazos Plásticas (20 Piezas)	1	\$ 450.000	\$ 450.000	10
Archivador de 3 Gavetas	1	\$ 550.000	\$ 550.000	10
Set de Casilleros (15 Puertas)	1	\$ 680.000	\$ 680.000	10
Set de Casilleros (6 Puertas)	1	\$ 500.000	\$ 500.000	10
Cesta de Oficina para Basura	3	\$ 24.000	\$ 72.000	10
Dispensador de Agua	1	\$ 270.000	\$ 270.000	10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.472.000</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.2. INVERSIONES DIFERIDAS

**Tabla 29: Inversiones Diferidas**

<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES</b>	
<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Costo Total</b>
Estudio de Pre-factibilidad	\$ 152.500
Estudio de Factibilidad	\$ 883.500
Licencias y Trámites	\$ 800.000
Montaje y Puesta en Marcha	\$ 500.000
Gastos de Organización	\$ 200.000
Imprevistos	\$ 200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.736.000</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

### **7.3.INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO**

Las inversiones de capital de trabajo están representadas en costo de mano de obra, costo de materiales, gastos de servicios públicos, gastos por depreciación, remuneración al personal administrativo y otros gastos administrativos, amortización de gastos diferidos y gastos de venta. El pago de salarios u honorarios, auxilios y demás beneficios se harán bajo lo estipulado para el año 2019. Los precios de los materiales corresponden a precios de mercado a julio de 2019.

El gerente y secretaria ejecutiva, al trabajar bajo la modalidad de contrato laboral, son los únicos a quienes se les pagará parte de la seguridad social, prestaciones sociales y aportes parafiscales. El personal de peluquería y barbería, el contador, el auxiliar de cartera y el auxiliar de aseo trabajarán bajo la modalidad de prestación de servicios, por lo tanto, la seguridad social, las prestaciones sociales y los aportes parafiscales a que haya lugar, correrán por cuenta de estos mismos. El contador hará dos asistencias al año, mientras que el auxiliar de aseo trabajará por dos horas diarias.

**Tabla 30: Costo de Mano de Obra**

<b>COSTO DE MANO DE OBRA</b>								
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración Mensual</b>	<b>Auxilio de Transporte</b>	<b>Remuneración Anual</b>	<b>Seguridad Social 21,022%</b>	<b>Prestaciones Sociales 21,83%</b>	<b>Aportes Parafiscales 9%</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>								
Personal de Peluquería	10	\$ 8.281.160	\$ 970.320	\$ 111.017.760	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 111.017.760
Personal de Barbería	5	\$ 4.140.580	\$ 485.160	\$ 55.508.880	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 55.508.880
<b>SUBTOTAL</b>								<b>\$ 166.526.640</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>								
	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL</b>								<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 166.526.640</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Nota.** El personal tanto de peluquería como de barbería trabajarán bajo la modalidad de prestación de servicio. Por lo tanto, el pago de la seguridad social, prestaciones sociales y aportes parafiscales a que haya lugar, corren por cuenta de estos mismos.

**Tabla 31: Costo de Materiales**

<b>COSTO DE MATERIALES (PRIMER AÑO)</b>				
<b>Material</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materiales Directos</b>				
Gel de Cabello 500 ml	ml	180	\$ 12.100	\$ 2.178.000
Laca de Cabello 475 ml	ml	180	\$ 20.800	\$ 3.744.000
Crema para Peinar 300 ml	ml	180	\$ 13.500	\$ 2.430.000
Hoja Cuchilla de Afeitar	Paquete x 60 Unidades	720	\$ 9.200	\$ 6.624.000
Shampoo y Acondicionador de Cabello 1000 ml	ml	90	\$ 57.900	\$ 5.211.000
Papel Aluminio 12 cm x 30 m	m	180	\$ 10.000	\$ 1.800.000
Polvo Decolorante 250 gr	gr	180	\$ 25.000	\$ 4.500.000
Agua Oxigenada 120 ml	ml	720	\$ 3.900	\$ 2.808.000
Matizante de Cabello 300 ml	ml	180	\$ 17.900	\$ 3.222.000
Sellante de Cutícula 500 ml	ml	180	\$ 39.900	\$ 7.182.000
Aceite de Argán 250 ml	ml	180	\$ 29.900	\$ 5.382.000
Ligas de Cabello	Paquete x 1.000 Unidades	30	\$ 11.300	\$ 339.000
Ganchos (Pinzas) de Cabello	Paquete x 72 Unidades	360	\$ 3.900	\$ 1.404.000
Crema Alisante con Queratina 200 ml	ml	180	\$ 70.000	\$ 12.600.000
Loción Neutralizante de Cabello 1000 ml	ml	180	\$ 59.900	\$ 10.782.000
Hilo de Nylon 0,70 mm x 100 m	m	30	\$ 7.200	\$ 216.000
Espuma de Afeitar 300 ml	ml	180	\$ 13.900	\$ 2.502.000
Crema Hidratante Después de Afeitar 473 ml	ml	90	\$ 24.000	\$ 2.160.000
Cera Depilatoria 500 gr	gr	90	\$ 35.999	\$ 3.239.910
Tiras para Cera	Paquete x 80 Unidades	180	\$ 69.990	\$ 12.598.200
Paletas de Madera	Paquete x 1.000 Unidades	15	\$ 19.900	\$ 298.500
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 91.220.610</b>
<b>Materiales Indirectos</b>				
Tapabocas Desechables	Paquete x 50 Unidades	800	\$ 6.990	\$ 5.592.000
Guantes de Látex Tipo Quirúrgico	Paquete x 100 Unidades	800	\$ 14.300	\$ 11.440.000
Paños Húmedos Desechables	Paquete x 110 Unidades	720	\$ 7.990	\$ 5.752.800
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 22.784.800</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 114.005.410</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

*Tabla 32: Gastos de Servicios Públicos*

<b>GASTOS DE SERVICIOS PÚBLICOS (PRIMER AÑO)</b>				
<b>Servicio</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad (Meses)</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Energía Eléctrica	Kw/H	12	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Acueducto y Alcantarillado	m3	12	\$ 40.000	\$ 480.000
Recolección de Desechos	Global	12	\$ 50.000	\$ 600.000
Telefonía Fija + Internet 10 Mb	Plan	12	\$ 69.210	\$ 830.520
Celular	Plan	12	\$ 67.990	\$ 815.880
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.726.400</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 33: Gastos por Depreciación**

<b>GASTOS POR DEPRECIACIÓN</b>								
<b>Activo</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Costo del Activo</b>	<b>Años a Depreciar</b>					<b>Valor Residual</b>
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Adecuaciones de la oficina	10	\$ 2.000.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Computadora Portátil	5	\$ 1.760.000	\$ 352.000	\$ 352.000	\$ 352.000	\$ 352.000	\$ 352.000	\$ 0
Impresora Tinta Continua	5	\$ 420.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 0
Calculadora Manual	5	\$ 140.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 0
Teléfono Fijo	5	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 0
Teléfono Celular	5	\$ 310.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 0
Aire Acondicionado Mini Split	10	\$ 2.000.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Ventilador Industrial de Techo (3 Alas)	10	\$ 320.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 160.000
Máquina de Motilar (10 Piezas)	10	\$ 1.200.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 600.000
Tenacilla de Cabello	10	\$ 2.400.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 1.200.000
Plancha de Cabello	10	\$ 1.800.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 900.000
Secador de Cabello	10	\$ 900.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 450.000
Kit de Tijeras (2 Piezas) + Rasuradora	10	\$ 2.250.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 1.125.000
Kit de Peinillas (10 Piezas)	10	\$ 225.000	\$ 22.500	\$ 22.500	\$ 22.500	\$ 22.500	\$ 22.500	\$ 112.500
Kit de Cepillos de Cabello (4 Piezas)	5	\$ 900.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 0
Kit de Tazas (4 Piezas) y Cucharas de Medir (4 Piezas)	5	\$ 1.350.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 0
Brocha de Cabello para Tintes	5	\$ 225.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 0
Brocha Talquera Sacudidora de Pelo	5	\$ 150.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 0
Capa para Peluquería/Barbería	10	\$ 450.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 225.000
Caja de Herramientas 26"	10	\$ 900.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 450.000
Escritorio Esquinero en L + Silla Ejecutiva	10	\$ 500.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 250.000
Tándem 4 Puestos	10	\$ 450.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 225.000
Set de Sillas Sin Brazos Plásticas (20 Piezas)	10	\$ 450.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 225.000

Archivador de 3 Gavetas	10	\$ 550.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 275.000
Set de Casilleros (15 Puertas)	10	\$ 680.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 340.000
Set de Casilleros (6 Puertas)	10	\$ 500.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 250.000
Cesta de Oficina para Basura	10	\$ 72.000	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 36.000
Dispensador de Agua	10	\$ 270.000	\$ 27.000	\$ 27.000	\$ 27.000	\$ 27.000	\$ 27.000	\$ 135.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 23.222.000</b>	<b>\$ 2.852.700</b>	<b>\$ 2.852.700</b>	<b>\$ 2.852.700</b>	<b>\$ 2.852.700</b>	<b>\$ 2.852.700</b>	<b>\$ 8.958.500</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 34: Remuneración al Personal Administrativo**

<b>REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>								
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración Mensual</b>	<b>Auxilio de Transporte</b>	<b>Remuneración Anual</b>	<b>Seguridad Social 21,022%</b>	<b>Prestaciones Sociales 21,83%</b>	<b>Aportes Parafiscales 9%</b>	<b>Costo Total</b>
Gerente	1	\$ 1.200.000	\$ 97.032	\$ 15.564.384	\$ 3.271.944	\$ 3.397.705	\$ 1.400.794	\$ 23.634.827
Secretaria Ejecutiva	1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 11.101.776	\$ 2.333.815	\$ 2.423.517	\$ 999.159	\$ 16.858.267
Contador	1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 1.850.296	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.850.296
Auxiliar de Cartera	1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 11.101.776	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 11.101.776
Auxiliar de Aseo	1	\$ 207.060	\$ 97.032	\$ 3.649.104	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.649.104
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 57.094.270</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Nota.** El gerente y la secretaria ejecutiva son los únicos que trabajarán bajo la modalidad de contrato laboral. Para el pago de salarios u honorarios se tomó en cuenta el mínimo mensual y el mínimo hora (para el caso del auxiliar de aseo) estipulado para 2019. Para la seguridad social, al empleador le corresponde el 8,5% de salud (Ley 1122 del 2007, Art. 10), el 12% de pensión (Ley 797 de 2003, Art. 7), el 0,522% de riesgos laborales nivel tipo I (Decreto 1772 de 1994, Art. 13). Para las prestaciones sociales, el 8,33% de la prima de servicios (C.S.T. Art. 306), el 4,17% de vacaciones (C.S.T. Art. 186), el 8,33% de cesantías (C.S.T. Art. 249) y el 1% de intereses sobre cesantías (Ley 52 de 1975). Para los aportes parafiscales, el 4% para la caja de compensación familiar (Ley 21 de 1982 y Ley 789 de 2002, Art. 3), el 3% para I.C.B.F (Ley 89 de 1988) y el 2% para el SENA (Ley 21 de 1982).



*Tabla 35: Otros Gastos Administrativos*

<b>OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Arrendamiento de la Oficina	12	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Elementos de Aseo	12	\$ 70.000	\$ 840.000
Útiles y Papelería	6	\$ 70.000	\$ 420.000
Botellón de Agua 20 L	26	\$ 10.000	\$ 260.000
Dotación del Personal	51	\$ 70.000	\$ 3.570.000
Industria y Comercio	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.290.000</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 36: Amortización de Gastos Diferidos*

<b>AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS</b>							
<b>Activo</b>	<b>Plazo de Amortización (Años)</b>	<b>Costo del Activo</b>	<b>Valor Amortización Anual</b>				
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos Pre-operativos	5	\$ 2.736.000	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.736.000</b>	<b>\$ 547.200</b>	<b>\$ 547.200</b>	<b>\$ 547.200</b>	<b>\$ 547.200</b>	<b>\$ 547.200</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 37: Gastos de Venta*

<b>GASTOS DE VENTA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad (Meses)</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Publicidad	12	\$ 50.000	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 600.000</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.4.DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

*Tabla 38: Distribución de Costos*

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS							
Detalle	Costo	Servicios de Peluquería			Servicios de Barbería		
		Tasa	C. Fijo	C. Variables	Tasa	C. Fijos	C. Variables
<b>Costos de Operación</b>							
Mano de Obra Directa	\$ 166.526.640	66,7%		\$ 111.073.268	33,3%		\$ 55.453.371
Mano de Obra Indirecta	\$ 0	0,0%	\$ 0		0,0%	\$ 0	
Materiales Directos	\$ 91.220.610	66,7%		\$ 60.844.146	33,3%		\$ 30.376.463
Materiales Indirectos	\$ 22.784.800	66,7%		\$ 15.197.461	33,3%		\$ 7.587.338
Servicios Públicos	\$ 5.726.400	66,7%		\$ 3.819.508	33,3%		\$ 1.906.891
Gastos por Depreciación	\$ 2.852.700	66,7%	\$ 1.902.750		33,3%	\$ 949.949	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 289.111.150</b>		<b>\$ 1.902.750</b>	<b>\$ 190.934.383</b>		<b>\$ 949.949</b>	<b>\$ 95.324.063</b>
<b>Gastos de Administración</b>							
Remuneración al Personal Administrativo	\$ 57.094.270	66,7%	\$ 38.081.878		33,3%	\$ 19.012.391	
Otros Gastos Administrativos	\$ 10.290.000	66,7%	\$ 6.863.430		33,3%	\$ 3.426.570	
Amortización de Gastos Diferidos	\$ 547.200	66,7%	\$ 364.982		33,3%	\$ 182.217	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 67.931.470</b>		<b>\$ 45.310.290</b>			<b>\$ 22.621.178</b>	
<b>Gastos de Venta</b>							
Publicidad	\$ 600.000	66,7%	\$ 400.200		33,3%	\$ 199.800	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 600.000</b>		<b>\$ 400.200</b>			<b>\$ 199.800</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 357.642.620</b>		<b>\$ 47.613.240</b>	<b>\$ 190.934.383</b>		<b>\$ 23.770.927</b>	<b>\$ 95.324.063</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.5.PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el cálculo del punto de equilibrio en la prestación de más de un servicio, se utiliza la ecuación:

$$PE = \frac{CFT * \%PU}{MCP}$$

Donde,

PE = Punto de Equilibrio

CFT = Costo Fijo Total

%PU = Porcentaje de Participación Unitaria de cada Servicio a Ofrecer

MCP = Margen de Contribución Ponderado

Por lo tanto, se hace necesario hallar el %PU de cada servicio y el MCP, utilizando las siguientes ecuaciones:

$$\%PU = \frac{HSU}{HST} * 100\%$$

$$MCP = (\%PU1 * MCU1) + (\%PU2 * MCU2) + ...n$$

Donde,

HSU = Horas Totales de Servicio Unitario

HST = Horas de Servicio Totales

MCU = Margen de Contribución Unitario

El MCU se calcula restando el Costo Variable Unitario (CVU) al precio de venta, a su vez, el Costo Variable Unitario se calcula dividiendo el Costo Variable Total (CVT) sobre las Horas Totales de Servicio Unitario (HSU).

Siendo así,

CFT	=	\$71'384.167		
HSU <sub>peluquería</sub>	=	21.840 horas de servicio de peluquería		
HSU <sub>barbería</sub>	=	10.920 horas de servicio de barbería		
HST	=	32.760 horas de servicio totales		
CVT <sub>peluquería</sub>	=	\$190'934.383 Costo Variable Total de servicios de peluquería		
CVT <sub>barbería</sub>	=	\$95'324.063 Costo Variable Total de servicios de barbería		
%PU <sub>peluquería</sub>	=	$(21.840 / 32.760) * 100\%$	=	66,7%
%PU <sub>barbería</sub>	=	$(10.920 / 32.760) * 100\%$	=	33,3%
CVU <sub>peluquería</sub>	=	$(\$190'934.383 / 21.840)$	=	\$8.742,42
CVU <sub>barbería</sub>	=	$(\$95'324.063 / 10.920)$	=	\$8.729,31

Con un precio de venta de \$12.000 Pesos la hora de servicio tanto de peluquería como de barbería, se tiene:

MCU <sub>peluquería</sub>	=	$(\$12.000 - \$8.742,42)$	=	\$3.257,58
MCU <sub>barbería</sub>	=	$(\$12.000 - \$8.729,31)$	=	\$3.270,69

Entonces,

$$\text{MCP} = (66,7\% * \$3.257,58) + (33,3\% * \$3.270,69) = \$3.261,95$$

Ahora,

$PE_p = ((\$71'384.167 * 66,7\%) / \$3.261,95) = 14.597$  horas de servicio de peluquería anuales.

$PE_b = ((\$71'384.167 * 33,3\%) / \$3.261,95) = 7.287$  horas de servicio de barbería anuales.

Con lo anterior se tiene que el punto de equilibrio para servicios de peluquería es de 14.597 horas anuales, mientras que el punto de equilibrio para servicios de barbería es de 7.287 horas anuales.

## 7.6.CAPITAL DE TRABAJO

Para el cálculo del capital de trabajo, se utiliza la ecuación:

$$ICT = \left( \frac{CoAnual}{360 \text{ dias}} \right) * \text{Ciclo Operativo}$$

Donde,

ICT = Inversión de Capital de Trabajo

CoAnual = Costos de Operación Anual

Por lo tanto, se hace necesario hallar el CoAnual utilizando la siguiente ecuación:

$$CoAnual = (CO - Dp) + (GA - Amt) + (GV)$$

Donde,

CO = Costos de Operación

Dp = Depreciación de Activos Fijos

GA = Gastos de Administración

Amt = Amortización de Diferidos

GV = Gastos de Venta

Siendo así,

$$\begin{aligned} CoAnual &= (\$289'111.150 - \$2'852.700) + (\$67'931.470 - \$547.200) + (\$600.000) \\ &= (\$286'258.450) + (\$67'384.270) + (\$600.000) \\ &= \$354'242.720 \end{aligned}$$

Ahora se tiene,

$$\begin{aligned} \text{ICT} &= (\$354'242.720 / 360) * 30 \\ &= \$984.007 * 30 \\ &= \$29'520.210 \end{aligned}$$

Entonces, el capital de trabajo necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa de este plan de negocios, con un ciclo operativo de 30 días es de \$29'520.210.

Por otro lado, para la proyección de este, se utiliza el IPC del año 2018, el cual, según reportes del DANE (2019) fue del 3,18%.

**Tabla 39: Proyección del Capital de Trabajo**

Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de Trabajo	\$ 29.520.210	\$ 938.742	\$ 968.595	\$ 999.396	\$ 1.031.177

**Fuente: Elaboración Propia**

## 7.7.FLUJO NETO DE INVERSIÓN

*Tabla 40: Programa de Inversión Fija del Proyecto*

<b>PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Activos Fijos Tangibles</b>						
Obras Físicas	\$ 2.000.000					
Maquinaria y Equipos	\$ 17.750.000					
Muebles y Enseres	\$ 3.472.000					
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 23.222.000</b>					
<b>Activos Diferidos</b>						
Gastos Pre-operativos	\$ 2.736.000					
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.736.000</b>					
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.958.000</b>					

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 41: Programa de Inversión*

<b>PROGRAMA DE INVERSIÓN</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión Fija	\$ 25.958.000					
Capital de Trabajo	\$ 29.520.210	\$ 938.742	\$ 968.595	\$ 999.396	\$ 1.031.177	

*Fuente: Elaboración Propia*



**Tabla 42: Valor Residual de Activos**

<b>Detalle</b>	<b>VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS</b>				
	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Valor Residual de Activos de Operación					\$ 8.958.500
Valor Residual del Capital de Trabajo					\$ 33.458.120
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 42.416.620</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 43: Flujo Neto de Inversión**

<b>Detalle</b>	<b>FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>					
	<b>Años</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión Fija	\$ 25.958.000					
Capital de Trabajo	\$ 29.520.210	\$ 938.742	\$ 968.595	\$ 999.396	\$ 1.031.177	
Valor Residual de Activos						\$ 42.416.620
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 55.478.210</b>	<b>\$ 938.742</b>	<b>\$ 968.595</b>	<b>\$ 999.396</b>	<b>\$ 1.031.177</b>	<b>\$ 42.416.620</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.8.PROYECCIONES FINANCIERAS

Para las diferentes proyecciones financieras de este numeral, se toma como referente el IPC del año 2018, el cual, según reportes del DANE (2019) fue del 3,18%.

Para el presupuesto de ingresos, se sacan los cálculos por ingresos de prestación de servicios de la siguiente manera:

- Para los servicios de peluquería, se pretende prestar 21.840 horas de servicio a \$12.000.
- Para los servicios de barbería, se pretende prestar 10.920 horas de servicio a \$12.000.

Con lo anterior entonces, se tiene:

Ingresos por Servicios de Pulquería	=	(21.840 * \$12.000)	=	\$262'080.000
Ingresos por Servicios de Barbería	=	(10.920 * \$12.000)	=	\$131'040.000
Ingresos Totales	=	(\$262'080.000 + \$131'040.000)		
	=	\$393'120.000		

*Tabla 44: Presupuesto de Ingresos*

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos por Servicios</b>	\$ 393.120.000	\$ 405.621.216	\$ 418.519.970	\$ 431.828.905	\$ 445.561.064
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 393.120.000</b>	<b>\$ 405.621.216</b>	<b>\$ 418.519.970</b>	<b>\$ 431.828.905</b>	<b>\$ 445.561.064</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 45: Presupuesto de Costos de Operación**

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costos Directos</b>					
Materiales Directos	\$ 91.220.610	\$ 94.121.425	\$ 97.114.486	\$ 100.202.727	\$ 103.389.174
Mano de Obra Directa	\$ 166.526.640	\$ 171.822.187	\$ 177.286.132	\$ 182.923.831	\$ 188.740.809
Gastos por Depreciación	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 260.599.950</b>	<b>\$ 268.796.312</b>	<b>\$ 277.253.318</b>	<b>\$ 285.979.258</b>	<b>\$ 294.982.683</b>
<b>Costos Indirectos</b>					
Materiales Indirectos	\$ 22.784.800	\$ 23.509.356	\$ 24.256.954	\$ 25.028.325	\$ 25.824.226
Mano de Obra Indirecta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Servicios Públicos	\$ 5.726.400	\$ 5.908.499	\$ 6.096.389	\$ 6.290.255	\$ 6.490.285
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 28.511.200</b>	<b>\$ 29.417.855</b>	<b>\$ 30.353.343</b>	<b>\$ 31.318.580</b>	<b>\$ 32.314.511</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 289.111.150</b>	<b>\$ 298.214.167</b>	<b>\$ 307.606.661</b>	<b>\$ 317.297.838</b>	<b>\$ 327.297.194</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 46: Presupuesto de Gastos de Administración**

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Remuneración al Personal Administrativo	\$ 57.094.270	\$ 58.909.867	\$ 60.783.201	\$ 62.716.107	\$ 64.710.479
Otros Gastos Administrativos	\$ 10.290.000	\$ 10.617.222	\$ 10.954.849	\$ 11.303.213	\$ 11.662.656
Amortización de Gastos Diferidos	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.931.470</b>	<b>\$ 70.074.289</b>	<b>\$ 72.285.250</b>	<b>\$ 74.566.520</b>	<b>\$ 76.920.335</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 47: Presupuesto de Gastos de Venta**

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Publicidad	\$ 600.000	\$ 619.080	\$ 638.766	\$ 659.079	\$ 680.038
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 600.000</b>	<b>\$ 619.080</b>	<b>\$ 638.766</b>	<b>\$ 659.079</b>	<b>\$ 680.038</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 48: Presupuesto de Costos Operacionales*

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Costos de Operación	\$ 289.111.150	\$ 298.214.167	\$ 307.606.661	\$ 317.297.838	\$ 327.297.194
Gastos de Administración	\$ 67.931.470	\$ 70.074.289	\$ 72.285.250	\$ 74.566.520	\$ 76.920.335
Gastos de Venta	\$ 600.000	\$ 619.080	\$ 638.766	\$ 659.079	\$ 680.038
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 357.642.620</b>	<b>\$ 368.907.536</b>	<b>\$ 380.530.677</b>	<b>\$ 392.523.437</b>	<b>\$ 404.897.567</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.9.FLUJO NETO DE OPERACIÓN

Para el flujo neto de operación, se tuvo en cuenta el Artículo 80 de la Ley 1943 de 2018, en el cual se establece que el impuesto sobre la renta pasará de manera gradual de un 33% desde el 2019 a un 30% a partir del 2022, de la siguiente manera:

- 2019 > 33%
- 2020 > 32%
- 2021 > 31%
- 2022+ > 30%

*Tabla 49: Flujo Neto de Operación*

Detalle	FLUJO NETO DE OPERACIÓN				
	Años				
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$ 393.120.000	\$ 405.621.216	\$ 418.519.970	\$ 431.828.905	\$ 445.561.064
<b>Egresos Operacionales</b>	\$ 357.642.620	\$ 368.907.536	\$ 380.530.677	\$ 392.523.437	\$ 404.897.567
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 35.477.380</b>	<b>\$ 36.713.680</b>	<b>\$ 37.989.293</b>	<b>\$ 39.305.468</b>	<b>\$ 40.663.497</b>
<b>Impuesto (33%-32%-31%-30%-30%)</b>	\$ 11.707.535	\$ 11.748.377	\$ 11.776.680	\$ 11.791.640	\$ 12.199.049
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 23.769.845</b>	<b>\$ 24.965.303</b>	<b>\$ 26.212.613</b>	<b>\$ 27.513.828</b>	<b>\$ 28.464.448</b>
<b>Depreciación</b>	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700	\$ 2.852.700
<b>Amortización</b>	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200	\$ 547.200
<b>FLUJO NETO DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 27.169.745</b>	<b>\$ 28.365.203</b>	<b>\$ 29.612.513</b>	<b>\$ 30.913.728</b>	<b>\$ 31.864.348</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.10. FLUJO NETO DEL PROYECTO

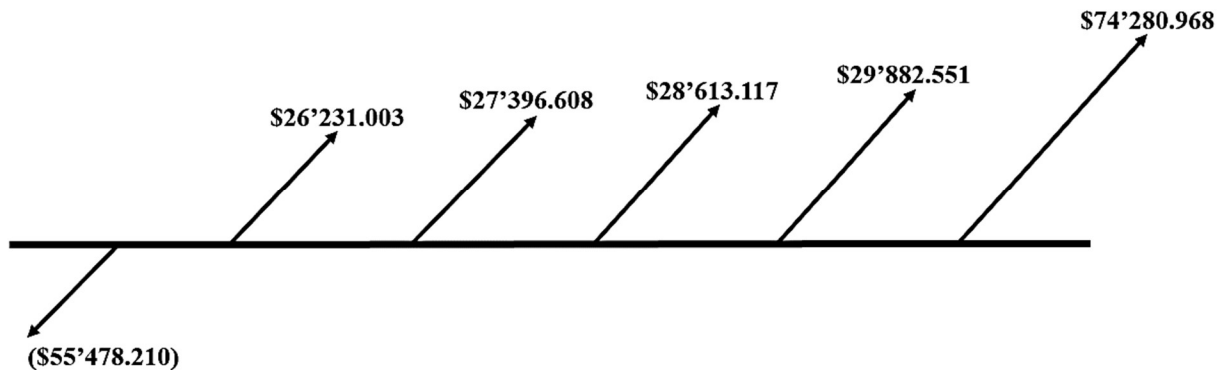
Para el flujo neto del proyecto, al flujo neto de operación se le resta el flujo neto de inversión desde el año 1 hasta el año 4. Para el año 5, en el cual finaliza la evaluación financiera, se suma el valor residual del flujo neto de inversión con el flujo neto de operación.

*Tabla 50: Flujo Neto del Proyecto*

Detalle	FLUJO NETO DEL PROYECTO					
	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo Neto de Inversión</b>	\$ 55.478.210	\$ 938.742	\$ 968.595	\$ 999.396	\$ 1.031.177	\$ 42.416.620
<b>Flujo Neto de Operación</b>		\$ 27.169.745	\$ 28.365.203	\$ 29.612.513	\$ 30.913.728	\$ 31.864.348
<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	<b>\$ 55.478.210</b>	<b>\$ 26.231.003</b>	<b>\$ 27.396.608</b>	<b>\$ 28.613.117</b>	<b>\$ 29.882.551</b>	<b>\$ 74.280.968</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*Gráfico 12: Flujo Neto del Proyecto*



*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

Con esta evaluación, se determina si el presente plan de negocio es factible o no, desde el punto de vista financiero. Para esto, se calcula el Valor Presente Neto (VPN), la Relación Beneficio/Costo (R B/C) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), utilizando formulas financieras de Microsoft Excel.

### 7.11.1. Valor Presente Neto (VPN).

Para calcular este VPN, se utilizará una tasa de interés de oportunidad del 25%. Esta tasa depende de la inversión, de acuerdo con la oportunidad de utilizar los recursos monetarios y de generación de riqueza que estos permitan alcanzar.

*Tabla 51: Valor Presente Neto (VPN)*

<b>Valor Presente Neto</b>	
<b>Año Base</b>	(\$55'478.210)
<b>Año 1</b>	\$26'231.003
<b>Año 2</b>	\$27'396.608
<b>Año 3</b>	\$28'613.117
<b>Año 4</b>	\$29'882.551
<b>Año 5</b>	\$74'280.968
<b>VPN</b>	<b>\$34'270.618</b>
<b>Tasa de Oportunidad</b>	<b>25%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Lo anterior indica que, con una VPN por encima de cero, se recomienda invertir. Además, se obtendrá una riqueza adicional de \$34'270.618 por encima de una inversión que genere el 25% de rentabilidad. Por lo tanto, el plan de negocio es factible.

### 7.11.2. Relación Beneficio/Costo (R B/C).

Para la relación beneficio/costo, se suma el flujo neto del proyecto desde el año 1 hasta el año 5, y el resultado se divide entre el flujo neto de inversión.

#### Flujo Neto del Proyecto

Año 1 = \$26'231.003

Año 2 = \$27'396.608

Año 3 = \$28'613.117

Año 4 = \$29'882.551

Año 5 = \$74'280.968

-----

\$186'404.247

Flujo Neto de Inversión = \$55'478.210

Ahora se tiene,

R B/C =  $(\$186'404.247 / \$55'478.210)$  = \$3,35

Entonces, esto significa que, por cada Peso invertido, se obtendrá \$2,35 de beneficio. Por consiguiente, el plan de negocio es factible.



### 7.11.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).

*Tabla 52: Tasa Interna de Retorno (TIR)*

<b>Tasa Interna de Retorno</b>	
<b>Año Base</b>	(\$55'478.210)
<b>Año 1</b>	\$26'231.003
<b>Año 2</b>	\$27'396.608
<b>Año 3</b>	\$28'613.117
<b>Año 4</b>	\$29'882.551
<b>Año 5</b>	\$74'280.968
<b>TIR</b>	<b>48%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Con esto se tiene que la rentabilidad del proyecto es de un 48%, muy por encima de la tasa de oportunidad que previamente se estipuló. Así pues, el plan de negocio es factible.

## **8. FUENTES DE FINANCIACIÓN**

El presente plan de negocio será presentado en la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Córdoba para su análisis, y así poder gestionar recursos para ponerlo en marcha. De igual manera, será presentado en las convocatorias del Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), para también solicitar recursos y llevar a cabo su instauración.

## 9. CONCLUSIONES

Con la elaboración del presente trabajo de grado de creación de empresa de servicios de peluquería y barbería a domicilio en la ciudad de Montería, se logró determinar una oportunidad de negocio, por los resultados que los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero arrojaron.

En primera instancia, con el estudio de mercado, se determinó que actualmente hay una demanda insatisfecha en lo referente al consumo de servicios de peluquería con 6.007.428 solicitudes y 3.984.764 de barbería. Además, entre las diferentes personas encuestadas, hay un porcentaje del 89,8% que están a favor de la creación de la empresa propuesta. Esto significa que, la idea de negocio ha tenido aceptación dentro del segmento de mercado estipulado.

Como segunda instancia, con el estudio técnico, se estableció un tamaño de prestación de servicios lo suficientemente favorable y posible de ofrecer, para cubrir los costos y gastos operacionales de la empresa, y eventualmente generar utilidades de la inversión. De este modo, la empresa tendrá capacidad para ofrecer 21.840 horas de servicio de peluquería y 10.920 horas de servicio de barbería anuales.

En cuanto a la tercera instancia, con el estudio organizacional, se logró estructurar la empresa de tal forma que no es necesario la intervención de gran cantidad de personal o el establecimiento de muchas áreas y/o departamentos con varias dependencias, y que incluso puede operar bajo la inversión de una sola persona.

Por último, con el estudio financiero, se calculó que el monto de inversión fija sería de \$25'958.000, con un capital de trabajo en un ciclo operativo de 30 días por \$29'520.210. Así mismo, en su evaluación financiera, se determinó que, con un VPN por encima de cero, una relación beneficio/costo de \$2,35 por cada Peso invertido y una TIR del 48%, el plan de negocio es factible desde el punto de vista financiero.

## **10. RECOMENDACIONES**

Partiendo del hecho que, desde el punto de vista financiero el plan de negocio es rentable, se generarían, en principio, 20 empleos, se contribuiría al crecimiento y desarrollo económico tanto de las personas a emplear como también de la ciudad, y que el impacto ambiental de las operaciones a ejecutar son casi cero, se recomienda llevar a cabo el proceso de creación de empresa que se plantea en el presente estudio.

De igual manera, se debe considerar la posibilidad de analizar los mercados circundantes a la ciudad de Montería, con el apoyo de las otras sedes, en lo que respecta al consumo y oferta de servicios de peluquería y barbería. De esta manera, no sólo se plantearía este modelo de negocio a nivel municipal, sino también a nivel departamental, generando expansión y más ingresos a la casa matriz, al igual que empleos en otras zonas de Córdoba.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

Academia RIZOS. (2019). Oferta académica programas de peluquería y/o barbería. Recuperado de:

<http://www.cursosformacionpeluqueria.com/>

ASOBANCARIA. (2017). *Semana Económica 2017 – Edición 1115*. Recuperado de:

<https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2018/02/1115.pdf>

Ato, M.; López, J.; Benavente, A. (2013). *Un Sistema De Clasificación De Los Diseños de Investigación En Psicología*. Murcia, España. Universidad de Murcia. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/167/16728244043.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá. (1971). *Código de Comercio – Capítulo XI*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://arrincondelparque.com/images/documentos/codigo-comercio.pdf>

Cámara de Comercio de Montería. (2018). *Estudio Económico – Departamento de Córdoba*. Montería. Recuperado de:

[http://www.ccomonteria.org.co/transparencia/2019/estudio\\_economico\\_2018.pdf](http://www.ccomonteria.org.co/transparencia/2019/estudio_economico_2018.pdf)

Cámara de Comercio de Montería. (2018). *Noticia Mercantil – Agosto 2018*. Montería. Recuperado de:

[http://www.ccomonteria.org.co/pdf/noticia\\_mercantil/2018/agosto.pdf](http://www.ccomonteria.org.co/pdf/noticia_mercantil/2018/agosto.pdf)

CENSA. (2019). Oferta académica programas de peluquería y/o barbería. Recuperado de:

[https://www.censa.edu.co/portal/sitio/contenidos\\_mo\\_programas.php?c=586](https://www.censa.edu.co/portal/sitio/contenidos_mo_programas.php?c=586)

CESCOR. (2019). Oferta académica programas de peluquería y/o barbería. Recuperado de:

<https://www.emagister.com.co/tecnico-auxiliar-cosmetologia-estetica-integral-cursos-2786752.htm>

COLOMBIA. Congreso de la República. (1975). *Ley 52 de 1975*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1606193>

COLOMBIA. Congreso de la República. (1982). *Ley 21 de 1982*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85848\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85848_archivo_pdf.pdf)

COLOMBIA. Congreso de la República. (1983). *Ley 51 de 1983*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=4954](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=4954)

COLOMBIA. Congreso de la República. (1988). *Ley 89 de 1988*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/ley\\_89\\_de\\_1988.pdf](https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/ley_89_de_1988.pdf)

COLOMBIA. Congreso de la República. (1990). *Ley 50 de 1990 – Artículo 78*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<http://acueductopopayan.com.co/wp-content/uploads/2012/08/ley-50-1990.pdf>

COLOMBIA. Congreso de la República. (1995). *Ley 222 de 1995 – Capítulo VIII (Empresa Unipersonal)*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0222\\_1995\\_pr001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0222_1995_pr001.html)

COLOMBIA. Congreso de la República. (2002). *Ley 789 de 2002*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_0789\\_2002.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_0789_2002.htm)

COLOMBIA. Congreso de la República. (2003). *Ley 797 de 2003 – Artículo 7*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley-797-de-2003.pdf>

COLOMBIA. Congreso de la República. (2007). *Ley 1122 de 2007 – Artículo 10*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/ley-1122-de-2007.pdf>

COLOMBIA. Congreso de la República. (2018). *Ley 1943 de 2018*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://cijuf.org.co/sites/cijuf.org.co/files/normatividad/2018/LEY%201943%20DEL%2028%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202018%20%281%29%20%281%29.pdf>

COLOMBIA. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2016). *Decreto 1625 de 2016 – Artículo 1.2.1.18.4*. Bogotá, D.C. recuperado de:

[https://www.ane.gov.co/images/ArchivosDescargables/Normatividad/Normatividad\\_Ane/Impuestos/Decreto1625de2016.pdf?s=6DC1D7D19C34EBF47472EF1332B9E0140510FC86](https://www.ane.gov.co/images/ArchivosDescargables/Normatividad/Normatividad_Ane/Impuestos/Decreto1625de2016.pdf?s=6DC1D7D19C34EBF47472EF1332B9E0140510FC86)

COLOMBIA. Ministerio de la Protección Social. (2011). *Código Sustantivo del Trabajo*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

COLOMBIA. Presidencia de la República. (1994). *Decreto 1772 de 1994 – Artículo 13*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

<https://fasecolda.com/files/6813/8669/2562/08-dec1772031994.pdf>

Cortes, C. A. & Rojas, M. A. (2014). *Plan de Negocio para la Creación de la Empresa de Accesorios de Moda AUSUS en la Ciudad de Bogotá*. Bogotá, D.C. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de:

<http://udistrital.edu.co:8080/documents/138588/2871006/PLAN+DE+NEGOCIO+EMPR ESA+AUSUS.pdf>

DANE. (2005). *Censo General Nacional - Proyección Municipios (2005 – 2020)*. Bogotá, D.C. Colombia. Recuperado de:

[www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/ProyeccionMunicipios2005\\_2020.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls)



DANE. (2017). *Nacimientos por Área y Sexo, Según Departamento y Municipio de Residencia de la Madre – Año 2017*. Bogotá, D.C. Colombia. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/2018/21-diciembre-2018/nacimientos2017p/Cuadro3-NACIMIENTOS-2017-definitivas.xls>

DANE. (2018). *Nacimientos por Área y Sexo, Según Departamento y Municipio de Residencia de la Madre – Año 2018*. Bogotá, D.C. Colombia. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/2019/28-marzo-2019/nacimientos2018p/Cuadro3-NACIMIENTOS-2018-4to-trimestre.xls>

DANE. (2019). *Índice de Precios al Consumidor – 2018*. Bogotá, D.C. Recuperado de:

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp\\_ipc\\_dic18.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_dic18.pdf)

Fundación Academia Sandra. (2019). Oferta académica programas de peluquería y/o barbería. Recuperado de:

<https://fundacionacademiasandra.com/project/tecnico-en-peluqueria/>

Gennero, A. (2005). *El Proceso de Creación de Empresas: Factores Determinantes y Diferencias Espaciales*. Mar del Plata, Argentina. Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de:

<http://nulan.mdp.edu.ar/692/1/00196.pdf>

González, J.C. & Padilla, L.A. (2012). *Plan de Negocios para la Creación de Empresa “Válvulas S.A.S.”*. Bogotá, D.C. Universidad EAN. Recuperado de:

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3424/PadillaLuis2012.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

López, J.M. (2018). *El Negocio de las Peluquerías y Salas de Belleza Mueve \$300.000 millones al Año*. Bogotá, D.C. Editorial La República S.A.S. recuperado de:

<https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluquerias-y-salas-de-belleza-mueve-300000-millones-al-ano-2776731>

Mahecha, Y. (2014). *Investigación: Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa*. Recuperado de:

<https://prezi.com/pgukglq1fqr-/investigacion-exploratoria-descriptiva-correlacional-explicativa/>

Martínez, C. (2012). *Sector Terciario en Colombia: Actividades Principales*. Recuperado de:

<https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia/>

NOTINET. (2019). *Modelo de Reglamento Interno de Trabajo*. Recuperado de:

[https://www.notinet.com.co/serverfiles/load\\_file\\_mintnt.php?archivo=2025](https://www.notinet.com.co/serverfiles/load_file_mintnt.php?archivo=2025)

Ortiz, E. (2013). *Epistemología De La Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Paradigmas y Objetivos*. Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales. Revista Claseshistoria.com.

Recuperado de:

<http://www.claseshistoria.com/revista/2013/articulos/ortiz-epistemologia-investigacion.html>

Palacios, L. C. (2012). *Estrategias de Creación Empresarial – Segunda Edición*. ECOE Ediciones. Recuperado de:

<http://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Estrategias-de-creaci%C3%B3n-empresarial-ebook.pdf>

POPULATION CITY. (2019). *Montería – Índice Poblacional*. Recuperado de:

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

Serrano, J.C. (2011). *El Sector de Servicios en la Economía Global: Transformaciones y Consecuencias*. Valcárcel. IES Carlos María Rodríguez. Recuperado de:

<http://clio.rediris.es/n37/oposiciones2/tema08.pdf>

Tecnológico San Agustín. (2019). Oferta académica programas de peluquería y/o barbería.

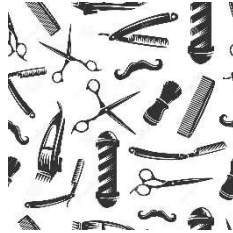
Recuperado de:

<https://sanagustin.edu.co/programas/cosmetologia-y-estetica-integral/>

## **12. ANEXOS**

## ANEXO 1

### CUESTIONARIO PARA EL ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y BARBERÍA EN LA CIUDAD DE MONTERÍA



Estimado(a) encuestado(a).

El fin que persigue la siguiente encuesta consiste en contar con su importante colaboración para responder las diferentes preguntas que encontrará a continuación.

Los datos solicitados serán destinados exclusivamente para uso académico, y serán utilizados para realizar un estudio de mercado que pretende analizar la demanda de servicios de peluquería y barbería en la ciudad de Montería, llevado a cabo por estudiantes de X semestre del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba.

#### Información Básica

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Lugar de residencia:** \_\_\_\_\_

**Teléfono:** \_\_\_\_\_

**Correo Electrónico:** \_\_\_\_\_

#### Preguntas

1. ¿Utiliza usted servicios de peluquería ofrecidos en lugares especiales para ello?  
SI, me dirijo a un local de peluquería. ( )  
NO, yo mismo o alguien con quien vivo en mi lugar de residencia lo hace. ( )
2. ¿Utiliza usted servicios de barbería ofrecidos en lugares especiales para ello?  
SI, me dirijo a un local de barbería. ( )  
NO, yo mismo o alguien con quien vivo en mi lugar de residencia lo hace. ( )

Si su respuesta fue NO tanto en las preguntas 1 y 2, diríjase directamente a la pregunta 17.

Si su respuesta fue SI en la pregunta 1 conteste las preguntas de la 3 a la 9. De lo contrario, no responda.

3. ¿Con que frecuencia o que cantidad de veces al mes necesita de servicios de peluquería? Marque sólo una opción de respuesta.

1 vez por mes. ( )

2 veces por mes. ( )

3 veces por mes. ( )

4 veces por mes. ( )

5 o más veces por mes. ( )

4. ¿Qué día a la semana le gusta emplear más para solicitar servicios de peluquería? Marque sólo una opción de respuesta.

Lunes. ( )

Martes. ( )

Miércoles. ( )

Jueves. ( )

Viernes. ( )

Sábado. ( )

Domingo. ( )

5. ¿Qué momento del día le gusta emplear más para solicitar un servicio de peluquería? Marque sólo una opción de respuesta.

En la mañana. ( )

En la tarde. ( )

En la noche. ( )

6. Cuando necesita un servicio de peluquería, usted se dirige a:

La peluquería más cercana al lugar de residencia. ( )

Una peluquería con alto renombre en la ciudad. ( )¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿Qué tipo de servicios de peluquería habitualmente solicita? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.

- Corte de cabello. ( )
- Mechas. ( )
- Marcados. ( )
- Recogidos y/o trenzados. ( )
- Peinados con tenacillas y/o planchas. ( )
- Coloración y/o descoloración. ( )
- Moldeadores. ( )
- Alisados y/o rizados. ( )
- Mantas y/o extensiones. ( )
- Cepillado. ( )
- Otro. ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuánto suele pagar por los servicios de peluquería solicitados? Escriba una cifra.

\$ \_\_\_\_\_

9. En su último servicio de peluquería, ¿Cómo sintió que este fue? Marque sólo una opción de respuesta.

- Cumplió con todas las expectativas. ( )
- Cumplió a medias las expectativas. ( )
- No cumplió con las expectativas. ( )

Si su respuesta fue SI en la pregunta 2 conteste las preguntas de la 10 a la 16. De lo contrario, no responda.

**10.** ¿Con que frecuencia o que cantidad de veces al mes necesita de servicios de barbería?

Marque sólo una opción de respuesta.

1 vez por mes. ( )

2 veces por mes. ( )

3 veces por mes. ( )

4 veces por mes. ( )

5 o más veces por mes. ( )

**11.** ¿Qué día a la semana le gusta emplear más para solicitar servicios de barbería? Marque sólo una opción de respuesta.

Lunes. ( )

Martes. ( )

Miércoles. ( )

Jueves. ( )

Viernes. ( )

Sábado. ( )

Domingo. ( )

**12.** ¿Qué momento del día le gusta emplear más para solicitar un servicio de barbería?

Marque sólo una opción de respuesta.

En la mañana. ( )

En la tarde. ( )

En la noche. ( )

**13.** Cuando necesita un servicio de barbería, usted se dirige a:

La barbería más cercana al lugar de residencia. ( )

Una barbería con alto renombre en la ciudad. ( )¿Cuál? \_\_\_\_\_

14. ¿Qué tipo de servicios de barbería habitualmente solicita? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.

Corte o motilado del bello facial. ( )

Rasurada o afeitada. ( )

Depilación con cera. ( )

Otro. ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

15. ¿Cuánto suele pagar por los servicios de barbería solicitados? Escriba una cifra.

\$ \_\_\_\_\_

16. En su último servicio de barbería, ¿Cómo sintió que este fue? Marque sólo una opción de respuesta.

Cumplió con todas las expectativas. ( )

Cumplió a medias las expectativas. ( )

No cumplió con las expectativas. ( )

17. ¿Le gustaría que su solicitud de servicio de peluquería y/o barbería fuera atendida por una persona experta en el área?

SI, me gustaría que un profesional con alta experiencia, atienda la solicitud del servicio al precio que se oferte. ( )

NO, prefiero que alguien, aunque sin estudios profesionales y poca experiencia, me siga atendiendo los servicios con precios muy bajos. ( )

18. Finalmente, ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que ofrezca servicios de peluquería y barbería en la comodidad de su domicilio?

SI. ( )

NO. ( )



## ANEXO 2

### CUESTIONARIO PARA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA DE SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y BARBERÍA EN LA CIUDAD DE MONTERÍA



Estimado(a) encuestado(a).

El fin que persigue la siguiente encuesta consiste en contar con su importante colaboración para responder las diferentes preguntas que encontrará a continuación.

Los datos solicitados serán destinados exclusivamente para uso académico, y serán utilizados para realizar un estudio de mercado que pretende analizar la oferta de servicios de peluquería y barbería en la ciudad de Montería, llevado a cabo por estudiantes de X semestre del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba.

#### **Información Básica**

**Nombre de la Peluquería y/o Barbería:** \_\_\_\_\_

**Dirección del Local:** \_\_\_\_\_

**Teléfono:** \_\_\_\_\_

**Correo Electrónico:** \_\_\_\_\_

## Preguntas

1. ¿Se sienten sus clientes satisfechos con el servicio de peluquería y/o barbería prestado?  
SI, porque se vuelven clientes habituales. ( )  
NO, porque sólo solicitaron el servicio una vez y no regresaron. ( )
  
2. ¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de peluquería?  
Escriba una cantidad.  
\_\_\_\_\_
  
3. ¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de barbería? Escriba una cantidad.  
\_\_\_\_\_
  
4. ¿En qué día o días a la semana suele haber mayor solicitud de servicios de peluquería y/o barbería? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.  
Lunes. ( )  
Martes. ( )  
Miércoles. ( )  
Jueves. ( )  
Viernes. ( )  
Sábado. ( )  
Domingo. ( )
  
5. ¿En qué momento del día suele haber mayor solicitud de servicios de peluquería y/o barbería? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.  
En la mañana. ( )  
En la tarde. ( )  
En la noche. ( )

6. ¿Qué tipo de servicios de peluquería habitualmente son los más solicitados? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.

- Corte de cabello. ( )
- Mechas. ( )
- Marcados. ( )
- Recogidos y/o trenzados. ( )
- Peinados con tenacillas y/o planchas. ( )
- Coloración y/o descoloración. ( )
- Moldeadores. ( )
- Alisados y/o rizados. ( )
- Mantas y/o extensiones. ( )
- Cepillado. ( )
- Otro. ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿Qué tipo de servicios de barbería habitualmente son los más solicitados? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.

- Corte o motilado del bello facial. ( )
- Rasurada o afeitada. ( )
- Depilación con cera. ( )
- Otro. ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Con qué cantidad de empleados actualmente cuenta para atender las solicitudes de servicios de peluquería y/o barbería? Escriba una cantidad

\_\_\_\_\_

9. ¿Qué nivel de preparación tienen sus empleados? Marque varias opciones de respuesta, de ser necesario.

- Profesional. ( )
- Técnico. ( )
- Tecnólogo. ( )
- Otro. ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**10.** El local actual donde presta el servicio de peluquería y/o barbería es:

Propio. ( )

Arrendado. ( )

**11.** Finalmente, ¿Ha considerado mejorar su marca de negocio actual, para ampliar la oferta de servicios de peluquería y/o barbería que ya tiene?

SI, he pensado remodelar el local o abrir otras sucursales, y contratar más personal.

( )

NO, de momento, las condiciones actuales son suficientes.

( )

## ANEXO 3

### TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### DE LA ENCUESTA

#### (SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y BARBERÍA)

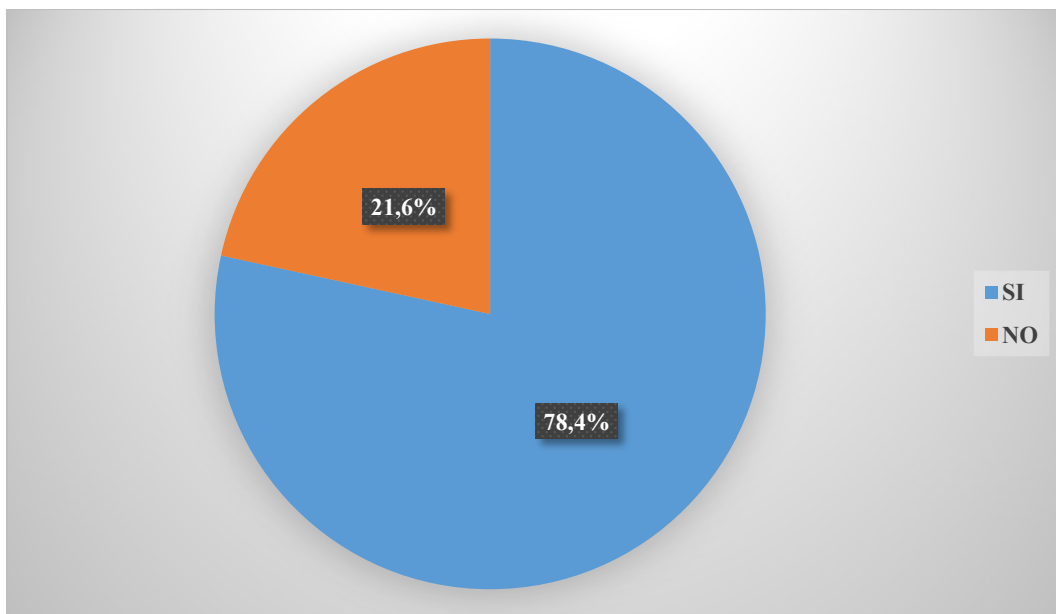
La digitalización de las encuestas se llevó a cabo a través de Formularios de Google. La elaboración de los diferentes gráficos se hizo con ayuda de herramientas de Microsoft Excel.

### 1. DEMANDA

#### 1.1.SERVICIOS DE PELUQUERÍA

Pregunta 1: *¿Utiliza usted servicios de peluquería ofrecidos en lugares especiales para ello?*

*Gráfico 13: Consumidores de servicios de peluquería ofrecidos en sitios especializados*



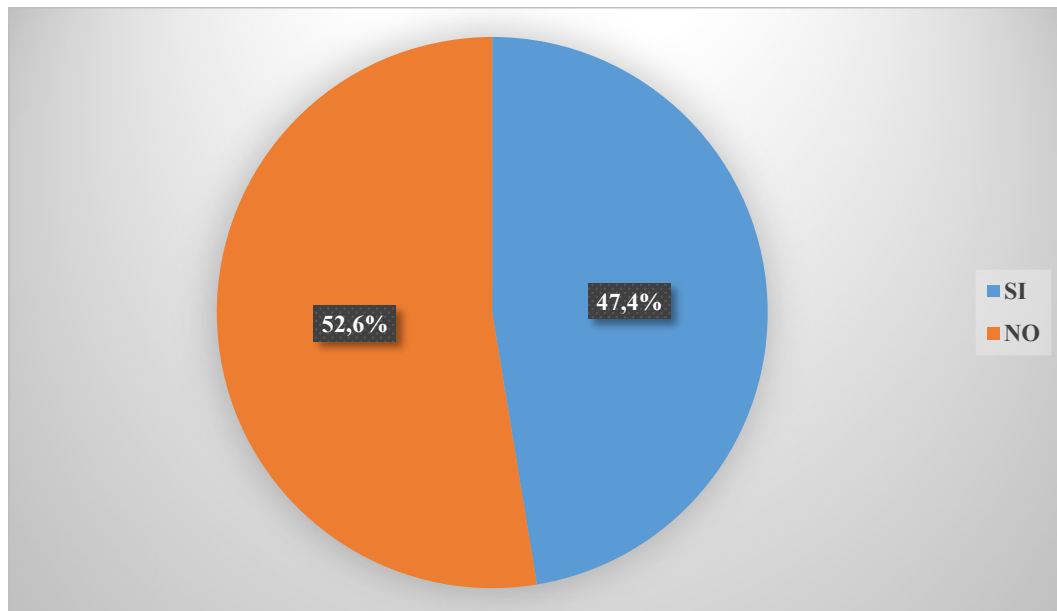
*Fuente: Elaboración Propia*

**Análisis:** esto indica que, de 384 encuestados, el 78,4% equivale a 301 personas que se dirigen a un lugar especializado en la atención de servicios de peluquería.

**Interpretación:** el mercado monteriano tiende a una gran preferencia por el consumo de servicios de peluquería ofertados en sitios especializados, ya sea por la calidad de la atención brindada por expertos en el área, o por la carencia de alguien, herramientas o insumos en casa con que poder hacerlo. Esto implica o genera oportunidades para ofrecer nuevas formas o alternativas de negocios que puedan suplir dichas necesidades de este consumo.

Pregunta 2: *¿Utiliza usted servicios de barbería ofrecidos en lugares especiales para ello?*

**Gráfico 14: Consumidores de servicios de barbería ofrecidos en sitios especializados**



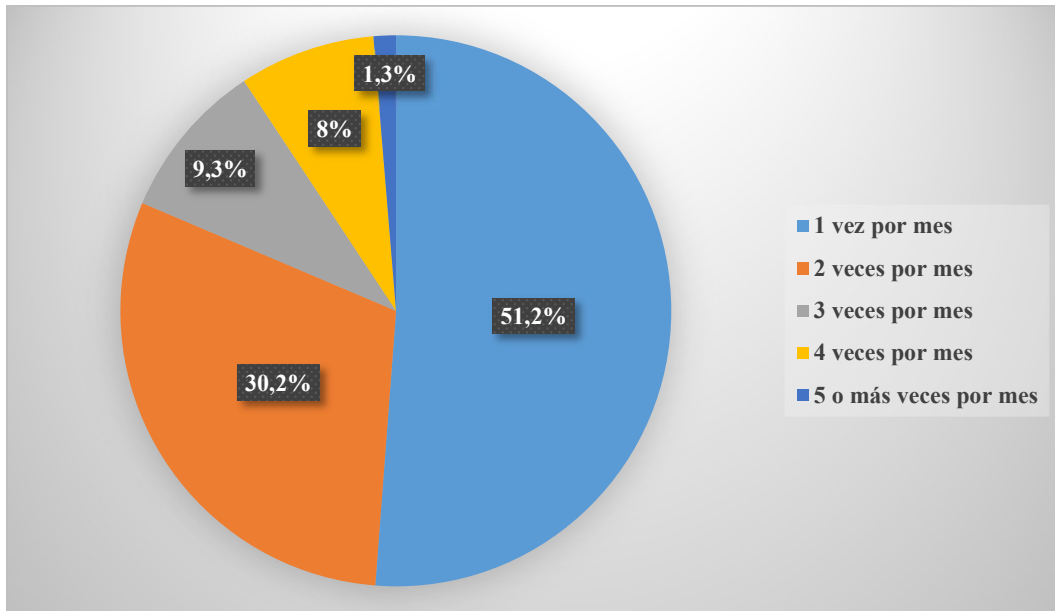
**Fuente: Elaboración Propia**

**Análisis:** esto indica que, de 384 encuestados, el 47,4% equivale a 182 personas que se dirigen a un lugar especializado en la atención de servicios de barbería.

**Interpretación:** a diferencia del servicio de peluquería, el servicio de barbería parece no ser tan apetecido para ser solicitado en lugares especiales para ello. Los motivos pueden ser por la simple razón que la barbería es una actividad que puede ser fácilmente ejecutada por la persona misma. En casos que se requiera un trabajo muy profesional en cuanto a cortes de bello facial, rasuradas o depilación con cera necesarios, es cuando las personas considerarían ir a estos lugares.

Pregunta 3: *¿Con qué frecuencia o qué cantidad de veces al mes necesita de servicios de peluquería?*

*Gráfico 15: Frecuencia de consumo de servicios de peluquería*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

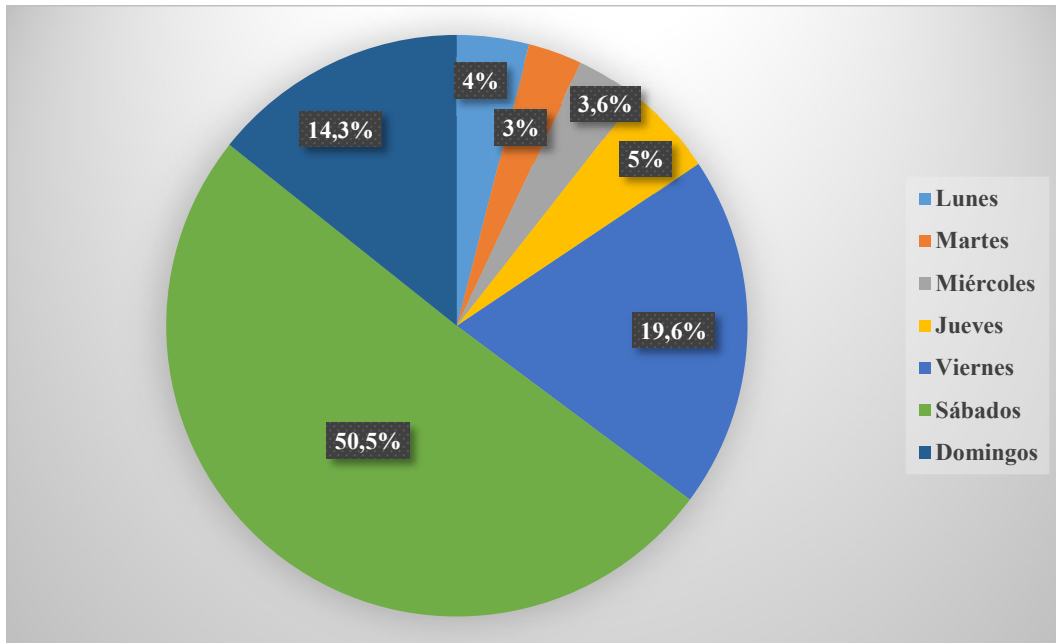
- El 51,2% que equivale a 154 personas, van a la peluquería 1 vez al mes.
- El 30,2% que equivale a 91 personas, van a la peluquería 2 veces al mes.
- El 9,3% que equivale a 28 personas, van a la peluquería 3 veces al mes.
- El 8% que equivale a 24 personas, van a la peluquería 4 veces al mes.
- El 1,3% que equivale a 4 personas, van a la peluquería 5 veces al mes.

**Interpretación:** la frecuencia de mayor cantidad entonces es la de 1 vez por mes, siendo la de menor frecuencia aquella de 5 visitas al mes. Esto, de cierto modo, significa que la cantidad de visitas de la muestra es de unas 536 veces al mes en total.



Pregunta 4: *¿Qué día a la semana le gusta emplear más para solicitar servicios de peluquería?*

**Gráfico 16: Días de preferencia de solicitudes de servicios de peluquería**



**Fuente: Elaboración Propia**

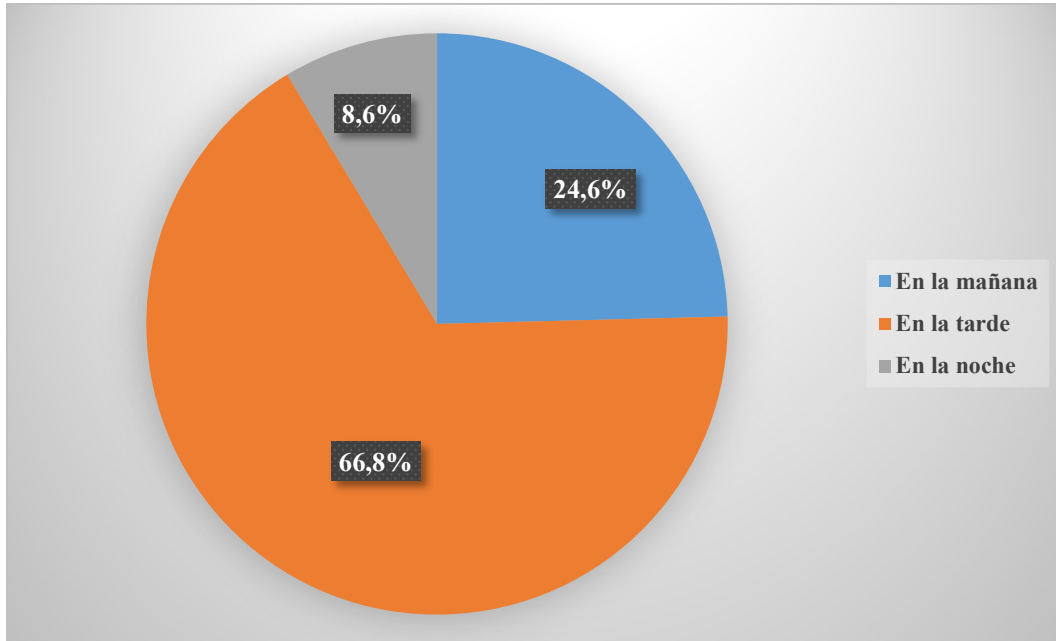
**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 50,5% que equivale a 152 personas, van a la peluquería los sábados.
- El 19,6% que equivale a 59 personas, van a la peluquería el viernes.
- El 14,3% que equivale a 43 personas, van a la peluquería el domingo.
- El 5% que equivale a 15 personas, van a la peluquería el jueves.
- El 4% que equivale a 12 personas, van a la peluquería el lunes.
- El 3,6% que equivale a 11 personas, van a la peluquería el miércoles.
- El 3,0% que equivale a 9 personas, van a la peluquería el martes.

**Interpretación:** los días de mayor solicitud de servicios de peluquería son los viernes, sábados y domingos, y esto puede ser debido a dos causas. Una de ellas es porque son los días del fin de semana, los cuales son días más utilizados para asistencia a eventos o lugares especiales, para lo cual las personas necesitan de arreglos y/o retoques de peluquería. La segunda causa puede ser porque estos suelen ser los días de descanso, por ende, es el espacio libre que tienen las personas para dedicarlo a ello.

Pregunta 5: *¿Qué momento del día le gusta emplear más para solicitar un servicio de peluquería?*

**Gráfico 17: Momentos del día preferidos para solicitudes de servicios de peluquería**



**Fuente: Elaboración Propia**

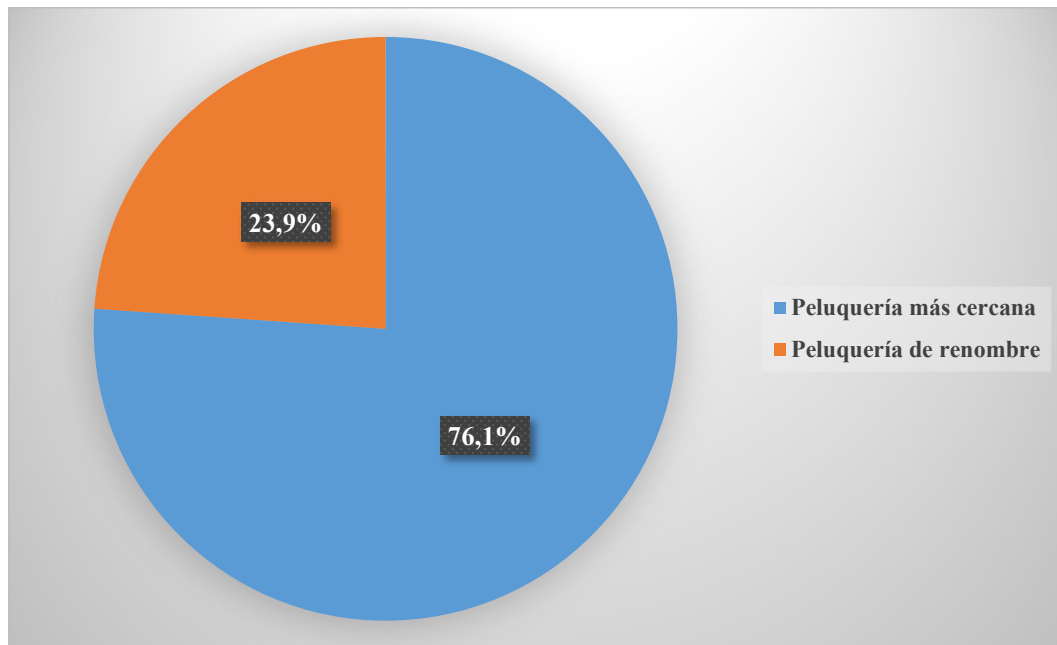
**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 66,8% que equivale a 201 personas, van a la peluquería en las horas de la tarde.
- El 24,6% que equivale a 74 personas, van a la peluquería en las horas de la mañana.
- El 8,6% que equivale a 26 personas, van a la peluquería en las horas de la noche.

**Interpretación:** las jornadas de mayor solicitud de servicios de peluquería suelen ser en la tarde y mañana, en especial la tarde. Esto puede ser debido a la disponibilidad de tiempo que tengan las personas sólo en estas jornadas, o porque la mayoría de peluquerías tienen jornadas de atención diurna.

Pregunta 6: *Cuando necesita un servicio de peluquería, usted se dirige a:*

**Gráfico 18: Sitios de preferencia para solicitud de servicios de peluquería**



**Fuente: Elaboración Propia**

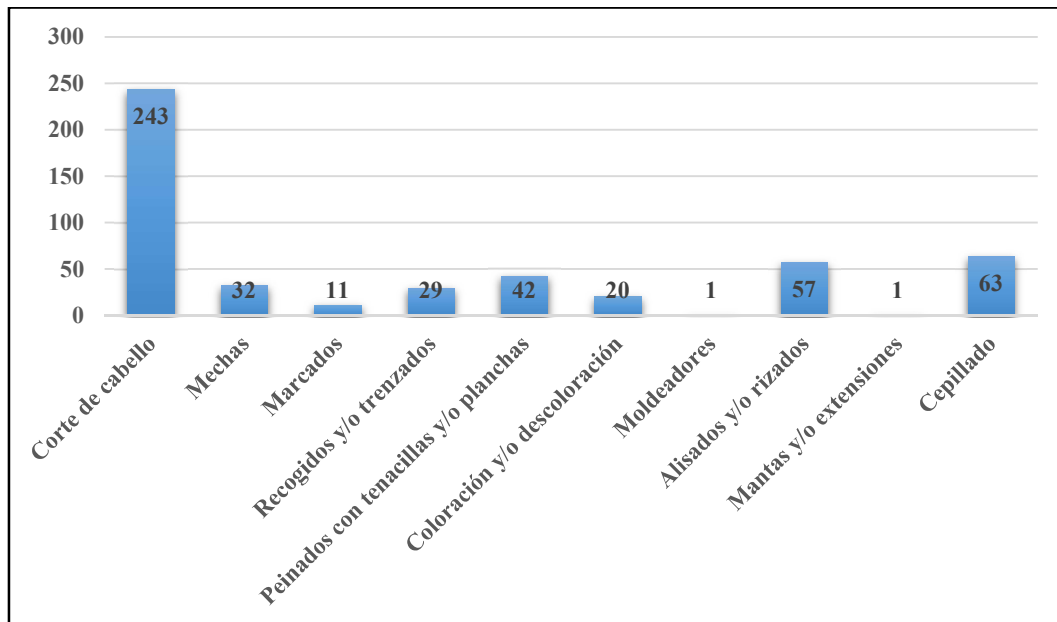
**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 76,1% que equivale a 229 personas, van a la peluquería más cercana de sus residencias.
- El 23,9% que equivale a 72 personas, van a una peluquería de alto renombre en la ciudad.

**Interpretación:** con esto se tiene que, las personas quizás no les interesa tanto los servicios de calidad o alto reconocimiento que tienen algunas peluquerías famosas en la ciudad de Montería, si no que se dirigen a la más cercana por motivos de comodidad en términos de movilidad.

Pregunta 7: *¿Qué tipo de servicios de peluquería habitualmente solicita?*

**Gráfico 19: Servicios de peluquería de mayor solicitud**



**Fuente: Elaboración Propia**

**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- De 301, 243 solicitan el servicio de corte de cabello.
- De 301, 63 también solicitan el servicio de cepillado.
- De 301, 57 también solicitan el servicio de alisados y/o rizados.
- De 301, 42 también solicitan el servicio de peinados con tenacillas y/o planchas.
- De 301, 32 también solicitan el servicio de mechas.
- De 301, 29 también solicitan el servicio de recogidos y/o trenzados.
- De 301, 20 también solicitan el servicio de coloración y/o descoloración.
- De 301, 11 también solicitan el servicio de marcados.
- De 301, 1 también solicita el servicio de moldeadores.
- De 301, 1 también solicita el servicio de mantas y/o extensiones.

**Interpretación:** el servicio de más solicitud es aquel referente a cortes de cabello, tanto en hombres como mujeres. Por otro lado, de momento, parece que los moldeadores, y mantas y/o extensiones no son servicios muy apetecibles en Montería.

Pregunta 8: *¿Cuánto suele pagar por los servicios de peluquería solicitados?*

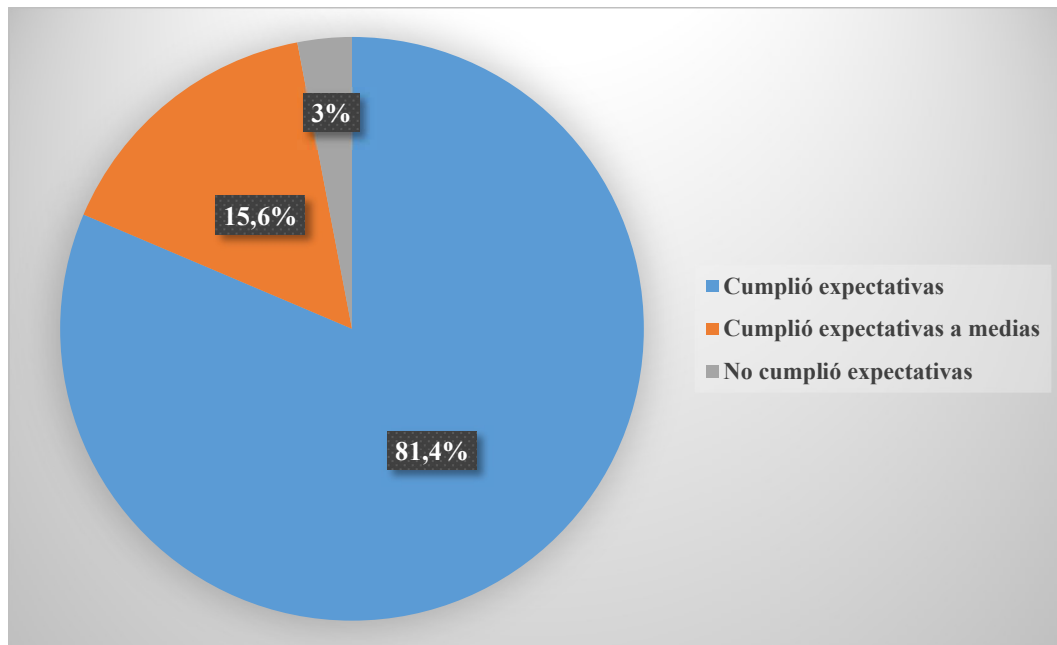
Entre las diferentes cifras oscilantes para esta pregunta, se hallaron los siguientes datos estadísticos:

- Menor valor pagado en servicios de peluquería: \$4.000
- Mayor valor pagado en servicios de peluquería: \$250.000
- Media: \$38.730
- Desviación Estándar: \$98.995

**Interpretación:** debido a la desviación estándar tan alta en comparación con la media, se puede concluir que los precios a los que los servicios de peluquería son ofrecidos, no son tan homogéneos, y la diferenciación puede que dependa de la calidad del servicio y de los insumos utilizados, que pueden variar en gran precio de peluquería en peluquería.

Pregunta 9: *En su último servicio de peluquería, ¿Cómo sintió que este fue?*

**Gráfico 20: Cumplimiento de expectativas sobre servicios de peluquería prestados**



**Fuente: Elaboración Propia**

**Análisis:** esto indica que, de 301 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de peluquería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 81,4% que equivale a 245 personas, se sienten satisfechas con su último servicio atendido.
- El 15,6% que equivale a 47 personas, no se sintieron muy satisfechas con su último servicio atendido.
- El 3% que equivale a 9 personas, no se sintieron satisfechas con su último servicio atendido.

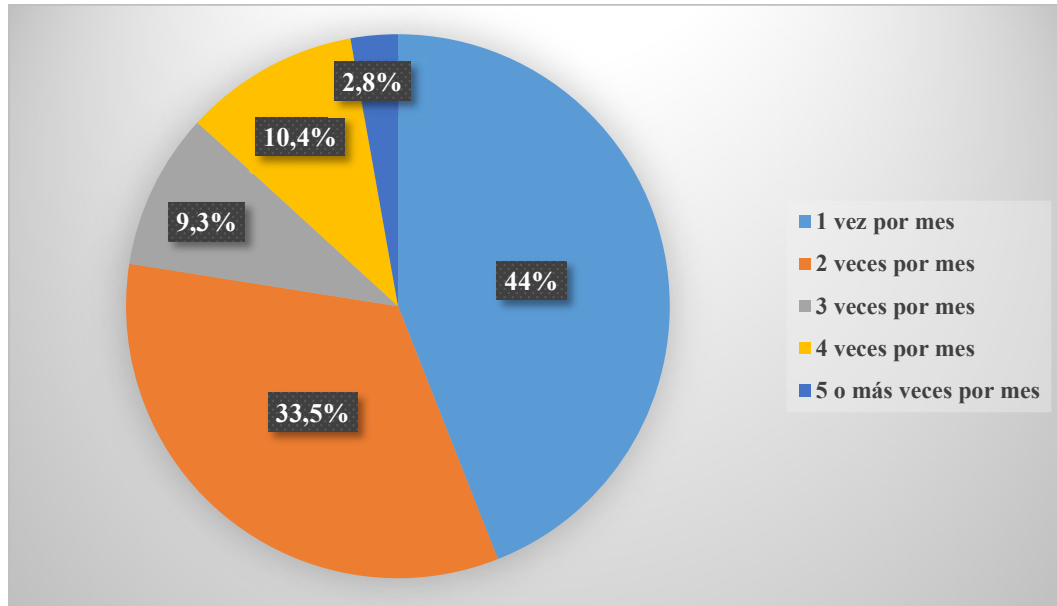


**Interpretación:** dado los resultados, al parecer, en la gran mayoría de las peluquerías ofrecen servicios de buena calidad, dado que gran porcentaje de los encuestados se sienten satisfechos. Esto puede ser por la contratación cada vez más de personal profesional, técnico o tecnólogo en el área.

## 1.2.SERVICIOS DE BARBERÍA

Pregunta 10: *¿Con qué frecuencia o qué cantidad de veces al mes necesita de servicios de barbería?*

*Gráfico 21: Frecuencia de consumo de servicios de barbería*



*Fuente: Elaboración Propia*

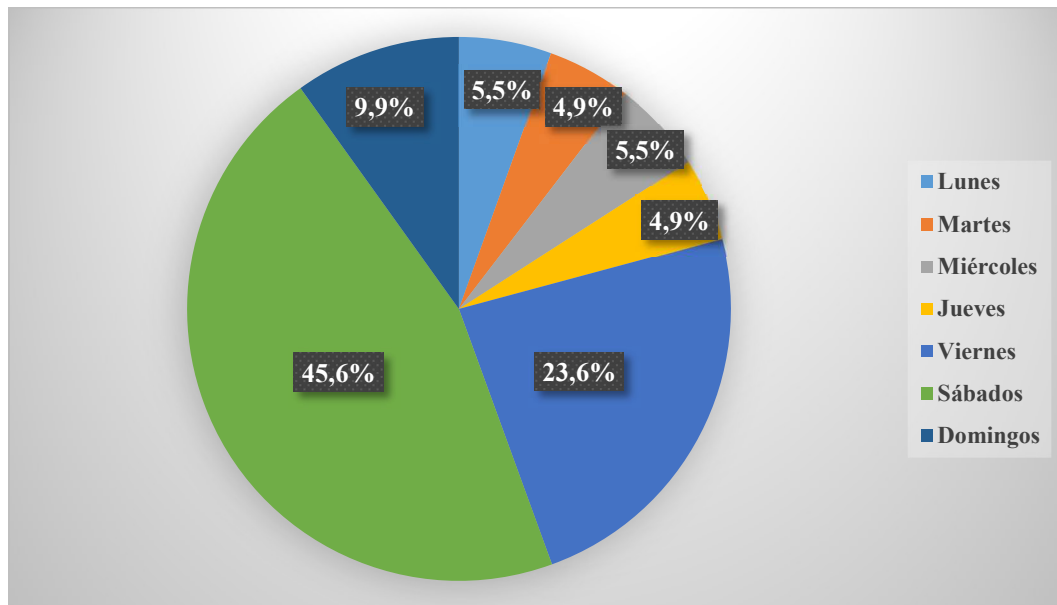
**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 44% que equivale a 80 personas, van a la barbería 1 vez al mes.
- El 33,5% que equivale a 61 personas, van a la barbería 2 veces al mes.
- El 9,3% que equivale a 17 personas, van a la barbería 3 veces al mes.
- El 10,4% que equivale a 19 personas, van a la barbería 4 veces al mes.
- El 2,8% que equivale a 5 personas, van a la barbería 5 veces al mes.

**Interpretación:** la frecuencia de mayor cantidad entonces es la de 1 vez por mes, siendo la de menor frecuencia aquella de 5 visitas al mes. Esto, de cierto modo, significa que la cantidad de visitas de la muestra es de unas 354 veces al mes en total.

Pregunta 11: *¿Qué día a la semana le gusta emplear más para solicitar servicios de barbería?*

*Gráfico 22: Días de preferencia de solicitudes de servicios de barbería*



*Fuente: Elaboración Propia*

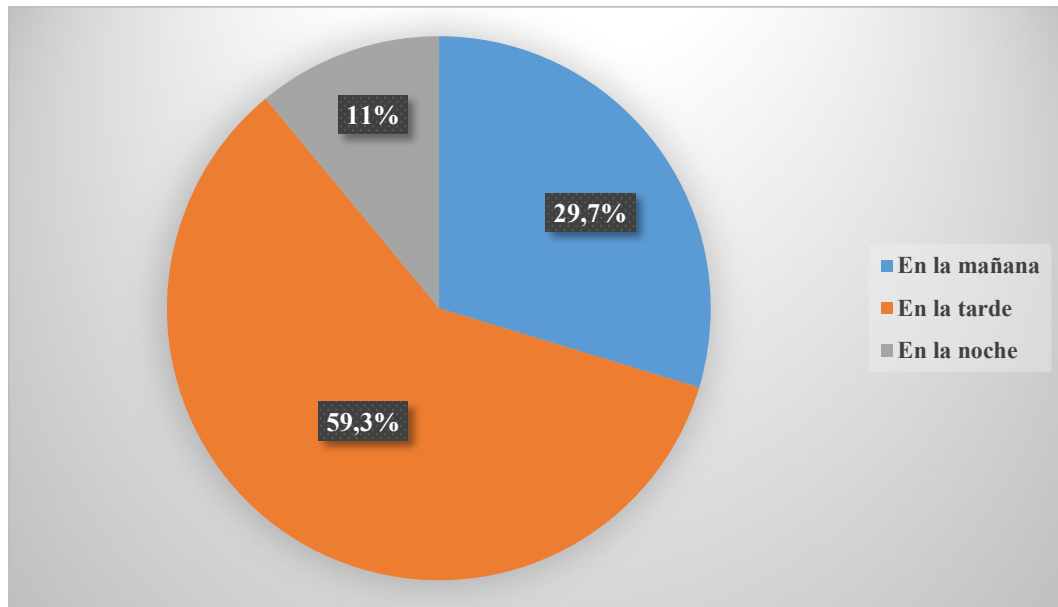
**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 45,6% que equivale a 83 personas, van a la barbería los sábados.
- El 23,6% que equivale a 43 personas, van a la barbería el viernes.
- El 9,9% que equivale a 18 personas, van a la barbería el domingo.
- El 5,5% que equivale a 10 personas, van a la barbería el lunes.
- El otro 5,5% que equivale a 10 personas, van a la barbería el miércoles.
- El 4,9% que equivale a 9 personas, van a la barbería el martes.
- El otro 4,9% que equivale a 9 personas, van a la barbería el jueves.

**Interpretación:** los días de mayor solicitud de servicios de barbería son los viernes, sábados y domingos, y esto puede ser debido a dos causas. Una de ellas es porque son los días del fin de semana, los cuales son días más utilizados para asistencia a eventos o lugares especiales, para lo cual las personas necesitan de arreglos y/o retoques de barbería. La segunda causa puede ser porque estos suelen ser los días de descanso, por ende, es el espacio libre que tienen las personas para dedicarlo a ello.

Pregunta 12: *¿Qué momento del día le gusta emplear más para solicitar un servicio de barbería?*

**Gráfico 23: Momentos del día preferidos para solicitudes de servicios de barbería**



**Fuente: Elaboración Propia**

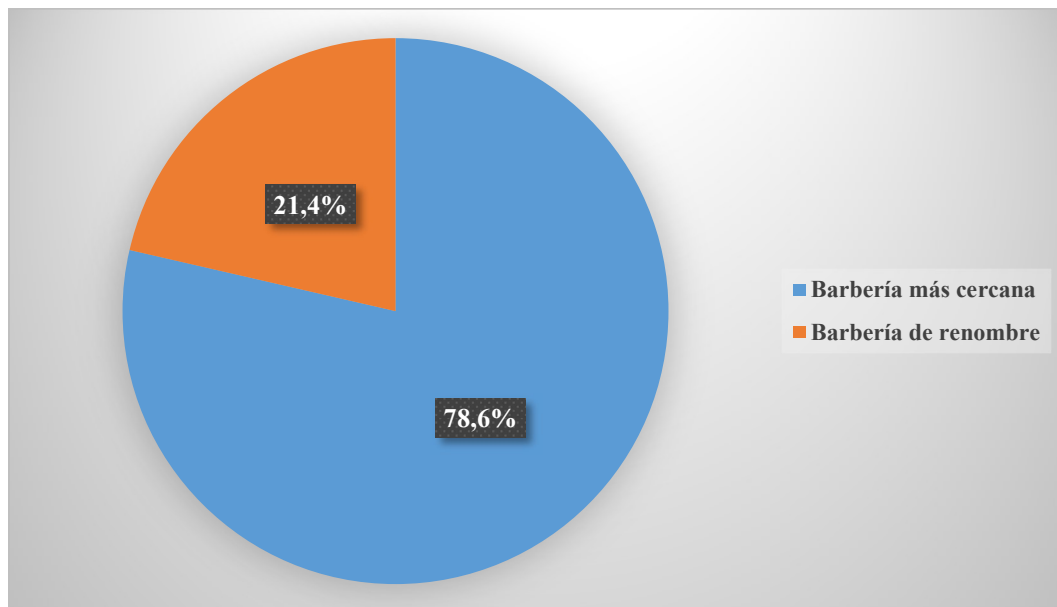
**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 59,3% que equivale a 108 personas, van a la peluquería en las horas de la tarde.
- El 29,7% que equivale a 54 personas, van a la peluquería en las horas de la mañana.
- El 11% que equivale a 20 personas, van a la peluquería en las horas de la noche.

**Interpretación:** las jornadas de mayor solicitud de servicios de barbería suelen ser en la tarde y mañana, en especial la tarde. Esto puede ser debido a la disponibilidad de tiempo que tengan las personas sólo en estas jornadas, o porque la mayoría de barberías tienen jornadas de atención diurna.

Pregunta 13: *Cuando necesita un servicio de barbería, usted se dirige a:*

**Gráfico 24: Sitios de preferencia para solicitud de servicios de barbería**



**Fuente: Elaboración Propia**

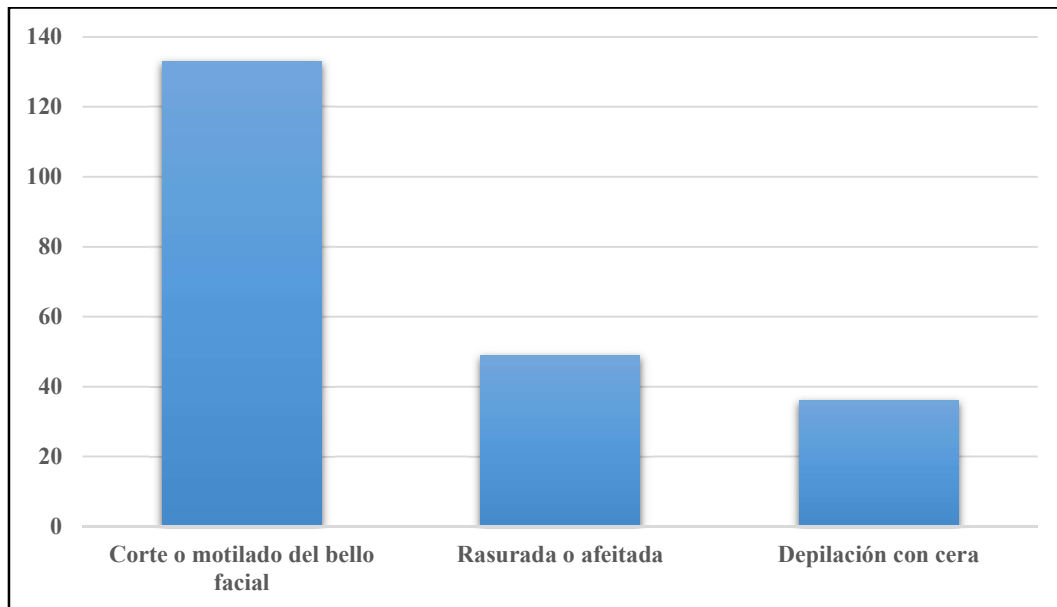
**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 78,6% que equivale a 143 personas, van a la barbería más cercana de sus residencias.
- El 21,4% que equivale a 39 personas, van a una barbería de alto renombre en la ciudad.

**Interpretación:** con esto se tiene que, las personas quizás no les interesa tanto los servicios de calidad o alto reconocimiento que tienen algunas barberías famosas en la ciudad de Montería, si no que se dirigen a la más cercana por motivos de comodidad en términos de movilidad.

Pregunta 14: *¿Qué tipo de servicios de barbería habitualmente solicita?*

**Gráfico 25: Servicios de barbería de mayor solicitud**



**Fuente: Elaboración Propia**

**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- De 182, 133 solicitan los servicios de corte o motilado del bello facial.
- De 182, 49 también solicitan los servicios de rasurada o afeitada.
- De 182, 36 también solicitan los servicios de depilación con cera.

**Interpretación:** el servicio de más solicitud es aquel referente a cortes o motilado del bello facial, lo cual puede ser relacionado con servicios de sacado de cejas o pestañas. Así mismo, cortes con máquinas para hacer degradados o figuras de barbas, en el caso de los hombres. Por otro lado, aunque de menor consumo, pero que igual se solicitan, están las rasuradas y depilaciones con cera.

Pregunta 15: *¿Cuánto suele pagar por los servicios de barbería solicitados?*

Entre las diferentes cifras oscilantes para esta pregunta, se hallaron los siguientes datos estadísticos:

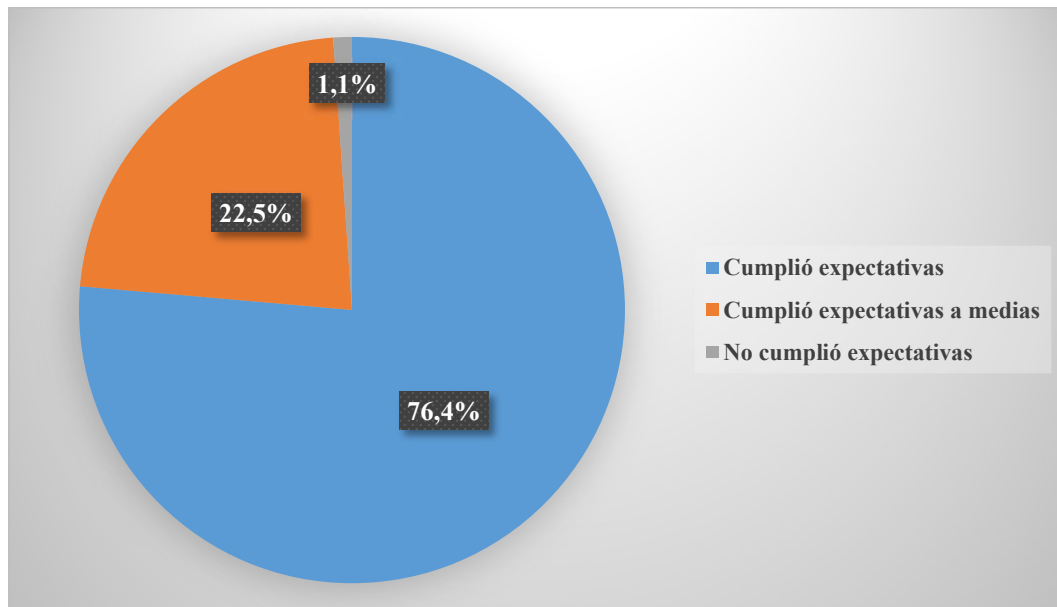
- Menor valor pagado en servicios de barbería: \$2.000
- Mayor valor pagado en servicios de barbería: \$50.000
- Media: \$8.775
- Desviación Estándar: \$9.315

**Interpretación:** con una desviación estándar alrededor de la media, se puede concluir que, para este caso, a diferencia de los precios de los servicios de peluquería, aquí los precios a los cuales se ofertan los servicios de barbería tienden a ser muy homogéneos de barbería en barbería. Esto puede ocurrir puesto que las herramientas y/o insumos para prestar este tipo de servicios no son muy costosos, y tienden a ser los mismos entre las diferentes barberías.



Pregunta 16: *En su último servicio de barbería, ¿Cómo sintió que este fue?*

**Gráfico 26: Cumplimiento de expectativas sobre servicios de barbería prestados**



**Fuente: Elaboración Propia**

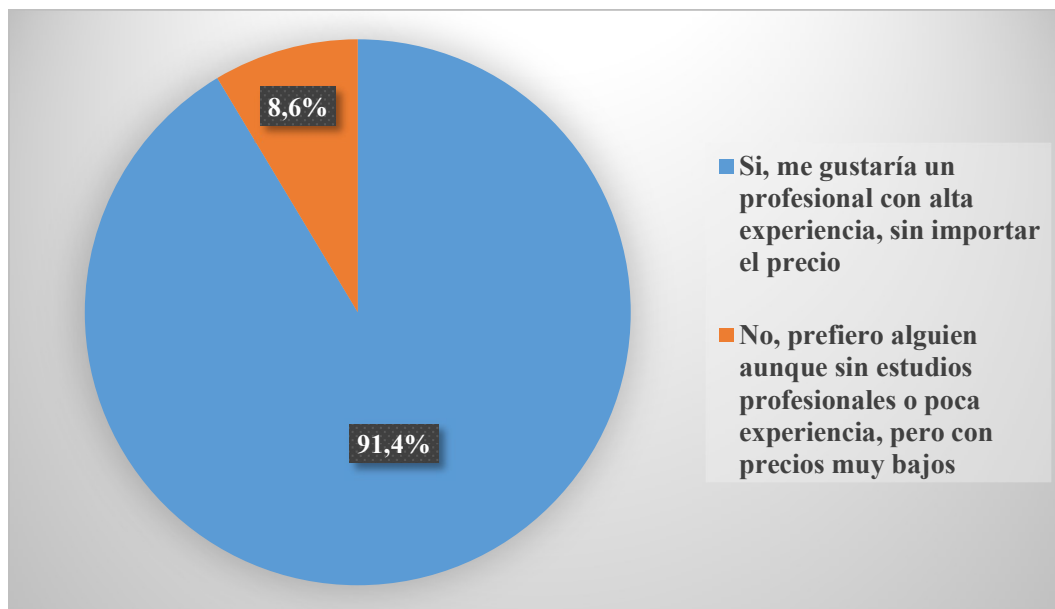
**Análisis:** esto indica que, de 182 encuestados que dijeron SI al uso de servicios de barbería prestados en lugares especializados para ello, se tiene:

- El 76,4% que equivale a 139 personas, se sienten satisfechas con su último servicio atendido.
- El 22,5% que equivale a 41 personas, no se sintieron muy satisfechas con su último servicio atendido.
- El 1,1% que equivale a 2 personas, no se sintieron satisfechas con su último servicio atendido.

**Interpretación:** dado los resultados, al parecer, en la gran mayoría de las barberías ofrecen servicios de buena calidad, dado que gran porcentaje de los encuestados se sienten satisfechos. Esto puede ser por la contratación cada vez más de personal profesional, técnico o tecnólogo en el área.

Pregunta 17: *¿Le gustaría que su solicitud de servicios de peluquería y/o barbería fuera atendida por una persona experta en el área?*

*Gráfico 27: Porcentaje de preferencia de atención experta en el área*

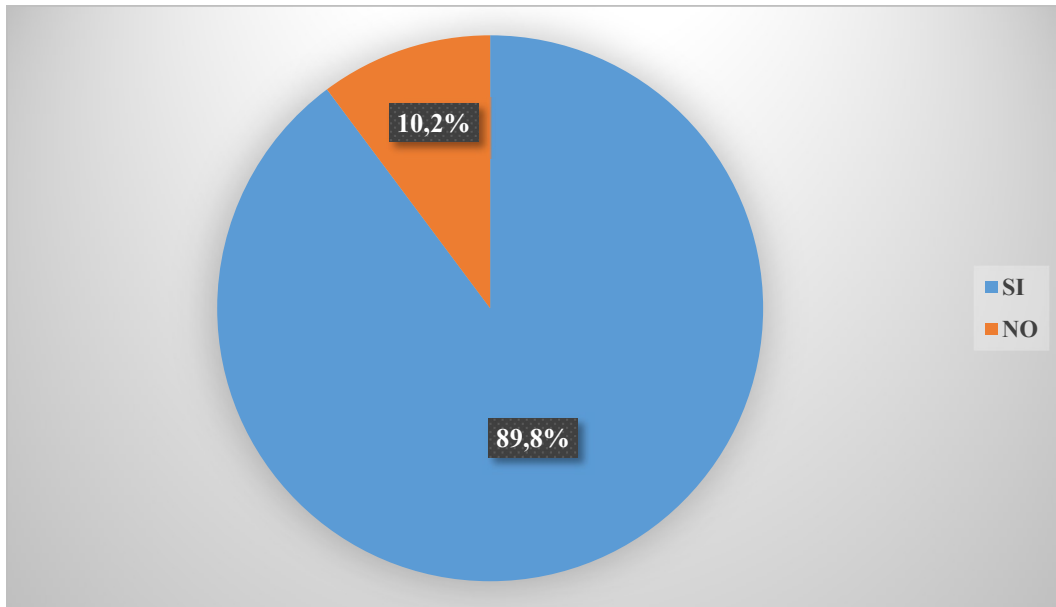


*Fuente: Elaboración Propia*

De todos los 384 encuestados, el 91,4%, que equivale a 351 personas, preferirían que sus solicitudes tanto de peluquería como de barbería sean atendidas por un experto en el área, sin importar los precios.

Pregunta 18: *Finalmente, ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que ofrezca servicios de peluquería y barbería en la comodidad de su domicilio?*

*Gráfico 28: Nivel de aceptación de creación de la empresa*



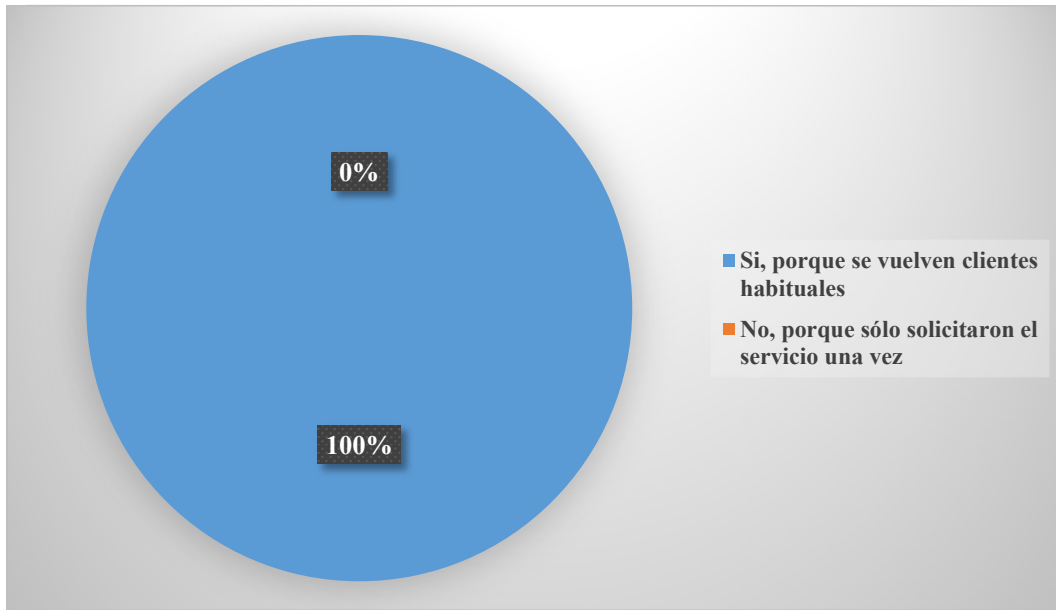
*Fuente: Elaboración Propia*

En cuanto a la aprobación de la creación de una empresa que ofrezca estos servicios de peluquería y barbería a domicilio, de los 384 encuestados, el 89,8%, que equivale a 345 personas, están de acuerdo con ello.

## 2. OFERTA

Pregunta 1: *¿Se sienten sus clientes satisfechos con el servicio de peluquería y/o barbería prestado?*

*Gráfico 29: Nivel de satisfacción de los clientes*



*Fuente: Elaboración Propia*

De las 10 peluquerías-barberías encuestadas, todas admiten que sus clientes se han sentido satisfechos con el servicio atendido por parte de estas.

Pregunta 2: *¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de peluquería?*

En cuanto a esta pregunta, las 10 peluquerías-barberías arrojaron los siguientes datos:

*Tabla 53: Cantidad de clientes de peluquería atendidos por semana*

	<b># de Clientes por Semana</b>
<b>Peluquería-Barbería 1</b>	30
<b>Peluquería-Barbería 2</b>	85
<b>Peluquería-Barbería 3</b>	80
<b>Peluquería-Barbería 4</b>	100
<b>Peluquería-Barbería 5</b>	200
<b>Peluquería-Barbería 6</b>	50
<b>Peluquería-Barbería 7</b>	60
<b>Peluquería-Barbería 8</b>	200
<b>Peluquería-Barbería 9</b>	230
<b>Peluquería-Barbería 10</b>	60
<b>Totales</b>	<b>1.095</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Pregunta 3: *¿Qué cantidad de clientes promedio atiende por semana en servicios de barbería?*

En cuanto a esta pregunta, las 10 peluquerías-barberías arrojaron los siguientes datos:

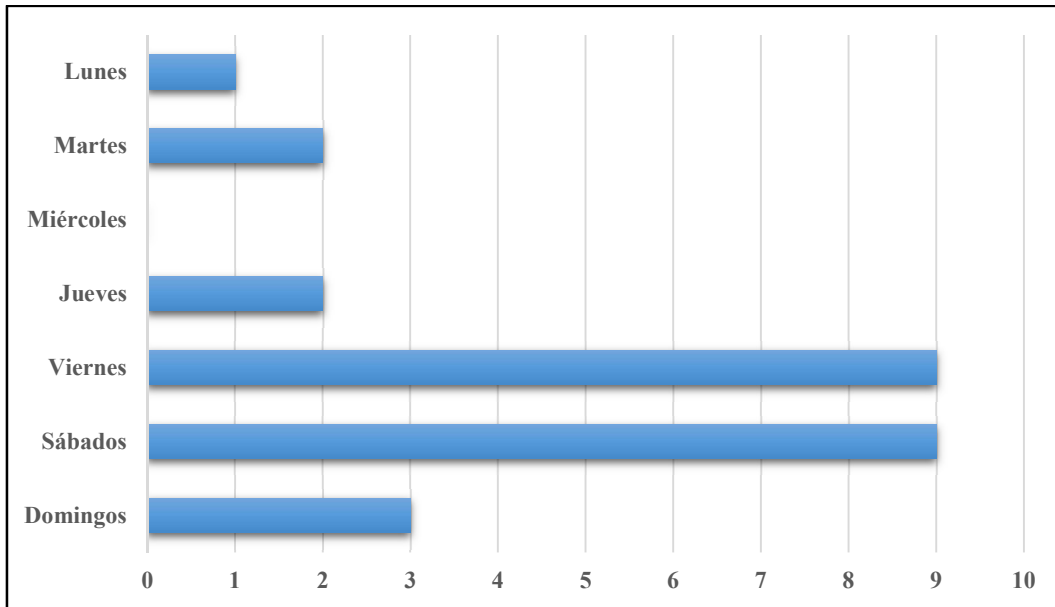
*Tabla 54: Cantidad de clientes de barbería atendidos por semana*

	<b># de Clientes por Semana</b>
<b>Peluquería-Barbería 1</b>	15
<b>Peluquería-Barbería 2</b>	30
<b>Peluquería-Barbería 3</b>	30
<b>Peluquería-Barbería 4</b>	40
<b>Peluquería-Barbería 5</b>	80
<b>Peluquería-Barbería 6</b>	20
<b>Peluquería-Barbería 7</b>	20
<b>Peluquería-Barbería 8</b>	80
<b>Peluquería-Barbería 9</b>	80
<b>Peluquería-Barbería 10</b>	20
<b>Totales</b>	<b>415</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Pregunta 4: *¿En qué día o días a la semana suele haber mayor solicitud de servicios de peluquería y/o barbería?*

**Gráfico 30: Días preferidos para ofertar servicios**

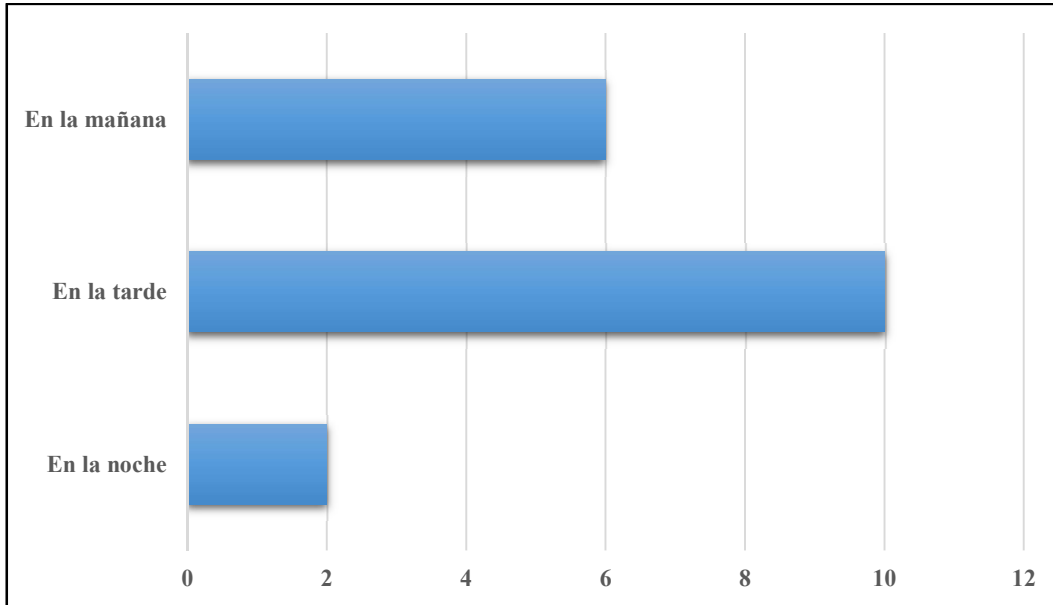


**Fuente: Elaboración Propia**

9 de las 10 peluquerías-barberías consideran que los días más solicitados son los viernes y sábados, lo cual concuerda con los días de mayor demanda, analizados en la demanda de servicios de peluquería y barbería en los puntos **1.1. Servicios de Peluquería** y **1.2. Servicios de Barbería**. 3 de ellas concuerdan con que el domingo es el tercer día con mayor demanda. 2 consideran que tanto el martes y jueves ocuparían el tercer lugar de los días más demandados. 1 considera los lunes. Por último, quedan los miércoles como el día menos apetecido para solicitar estos servicios.

Pregunta 5: *¿En qué momento del día suele haber mayor solicitud de servicios de peluquería y/o barbería?*

*Gráfico 31: Momentos del día preferidos para atender servicios*

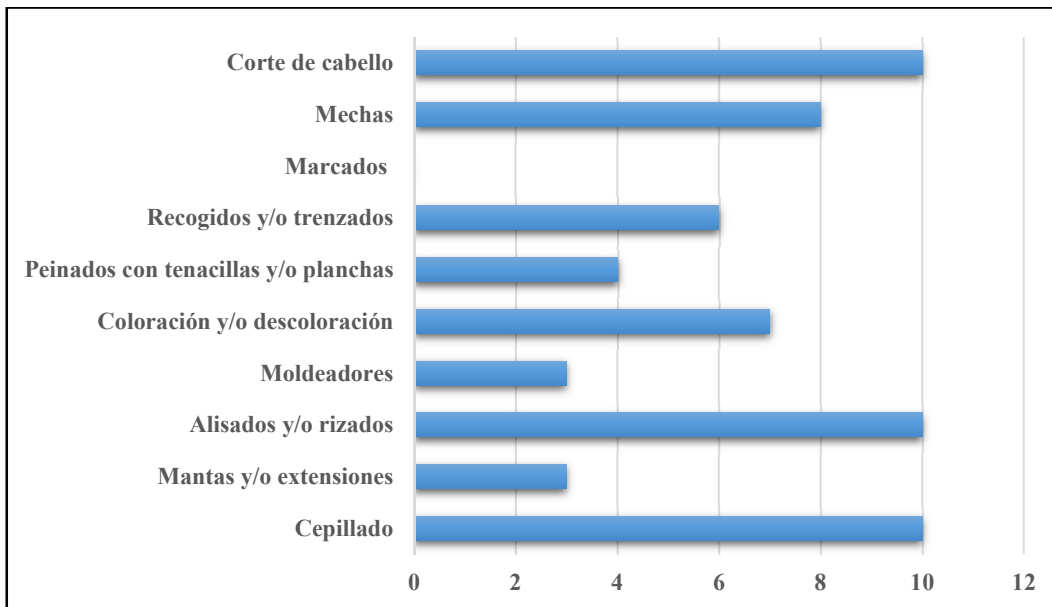


*Fuente: Elaboración Propia*

Así mismo, como lo mostrado en los puntos *1.1. Servicios de Peluquería* y *1.2. Servicios de Barbería* referentes a la demanda de estos servicios, se reafirma que el momento más elegido para solicitar y atender servicios de peluquería y barbería es la tarde. Como segundo lugar, está la mañana. La únicas peluquerías-barberías que reportan solicitudes en la noche, fueron dos, que, de acuerdo a la información recopilada con las encuestas aplicadas, tienen sus sedes en locales de centros comerciales.

Pregunta 6: *¿Qué tipo de servicios de peluquería habitualmente son los más solicitados?*

**Gráfico 32: Servicios de peluquería de mayor atención**



**Fuente: Elaboración Propia**

Esto indica que, de las 10 peluquerías-barberías encuestadas, se tiene:

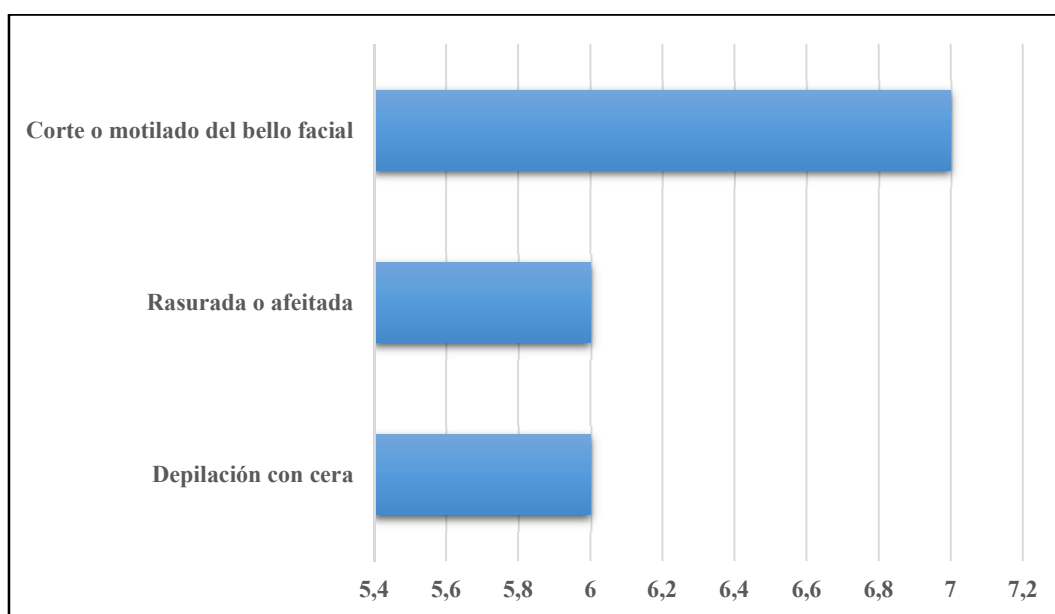
- De 10, todas concuerdan que los servicios más solicitados son los referentes con corte de cabello, alisados y/o rizados, y cepillados.
- De 10, 8 concuerdan que los segundos servicios más solicitados son aquellos referentes con mechas.
- De 10, 7 concuerdan que, en tercer lugar, están los servicios de coloración y/o descoloración.
- De 10, 6 concuerdan que los servicios más solicitados en cuarto lugar son los referentes a recogidos y/o trenzados.
- De 10, 4 concuerdan que los peinados con tenacillas y/o planchas ocupan el quinto lugar.
- De 10, 3 concuerdan que tanto los moldeadores como las mantas y/o extensiones ocupan el sexto lugar.



- De 10, ninguna de las peluquerías-barberías considera a los servicios de marcados con alta demanda. Sin embargo, de acuerdo con el análisis de la pregunta 7 en el punto *1.1. Servicios de Peluquería*, si hay demanda de este.

Pregunta 7: *¿Qué tipo de servicios de barbería habitualmente son los más solicitados?*

**Gráfico 33: Servicios de barbería de mayor atención**



**Fuente: Elaboración Propia**

Esto indica que, de las 10 peluquerías-barberías encuestadas, se tiene:

- De 10, 7 concuerdan que los servicios de mayor demanda son aquellos relacionados con corte o motilado del bello facial.
- De 10, 6 concuerdan que tanto los servicios de rasurada o afeitada como los de depilación con cera tiene igual porcentaje de demanda.

Pregunta 8: *¿Con qué cantidad de empleados actualmente cuenta para atender solicitudes de servicios de peluquería y/o barbería?*

En cuanto a esta pregunta, las 10 peluquerías-barberías arrojaron los siguientes datos:

*Tabla 55: Cantidad de empleados por peluquería/barbería*

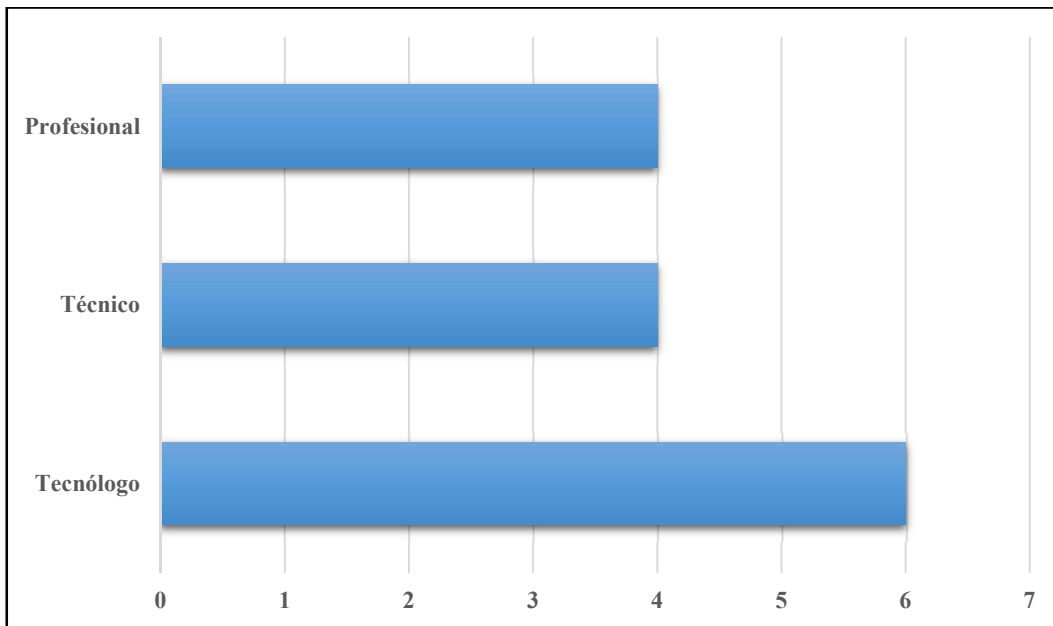
	<b># de Empleados</b>
<b>Peluquería-Barbería 1</b>	8
<b>Peluquería-Barbería 2</b>	10
<b>Peluquería-Barbería 3</b>	6
<b>Peluquería-Barbería 4</b>	22
<b>Peluquería-Barbería 5</b>	43
<b>Peluquería-Barbería 6</b>	3
<b>Peluquería-Barbería 7</b>	2
<b>Peluquería-Barbería 8</b>	18
<b>Peluquería-Barbería 9</b>	5
<b>Peluquería-Barbería 10</b>	9

*Fuente: Elaboración Propia*

Esto confirma porque las peluquerías-barberías 4, 5 y 8 atienden el mayor número de clientes a la semana. Mientras que las barberías-peluquerías 1, 2, 3, 6, 7 y 10 atienden menos clientes a la semana. Para el caso de la peluquería 9, a pesar de contar con cinco empleados, logra atender una gran cantidad de clientes debido a que este personal cuenta con un nivel profesional en la atención de servicios de peluquería y barbería, lo cual hace que sea muy apetecido su trabajo por la calidad ofrecida y/o rapidez.

Pregunta 9: *¿Qué nivel de preparación tienen sus empleados?*

**Gráfico 34: Nivel de preparación del personal de peluquería/barbería**



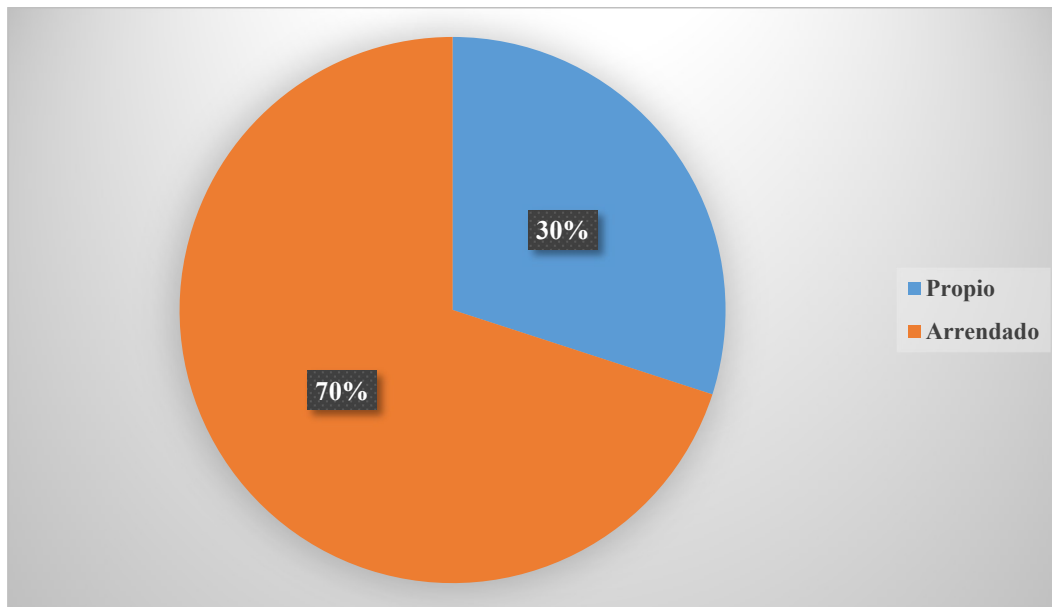
**Fuente: Elaboración Propia**

La mayoría de las peluquerías-barberías (6 de 10) tienen contratados personal con nivel tecnólogo, mientras que otras 4 de 10 tienen personal en los niveles profesional y técnico, con lo cual se puede concluir que:

- En la ciudad de Montería no hay tanta oferta laboral de profesionales o técnicos especializados en prestar servicios de peluquería y barbería, o;
- Las peluquerías-barberías no contratan mucho personal profesional y/o técnico porque los precios a los que se cobran los servicios de peluquería y barbería ofertados no son suficientes para el sostenimiento de nóminas de personal con este nivel de preparación.

Pregunta 10: *El local actual donde presta el servicio de peluquería y/o barbería es:*

**Gráfico 35: Porcentaje de propiedad sobre el local**



**Fuente: Elaboración Propia**

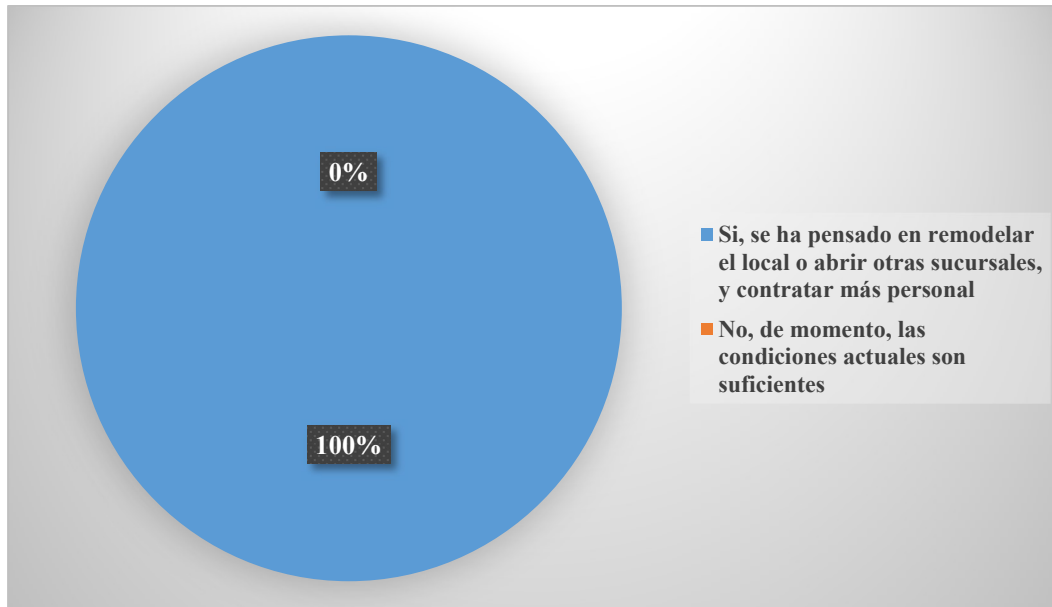
El 30% de los encuestados que representa 3 peluquerías-barberías de 10, tienen local propio, mientras que el otro 70%, es decir, 7 peluquerías-barberías de 10 están en locales arrendados.

Para ambas situaciones, hay las siguientes implicaciones:

- Para las peluquerías-barberías que están en arriendo, les implica un gasto fijo mensual, referente al arriendo, el cual debe ser pagado según se haya pactado en algún contrato de arrendamiento, sin importar los ingresos mensuales que se lleguen a tener.
- Para las peluquerías-barberías que están en local propio, esto genera aumento del patrimonio, como también implica el pago de impuestos tales como catastro y/u otros más de valorización, que, si bien son anuales, se deben contabilizar como egresos.

Pregunta 11: *Finalmente, ¿Ha considerado mejorar su marca de negocio actual, para ampliar la oferta de servicios de peluquería y/o barbería que ya tiene?*

*Gráfico 36: Consideracion de mejoramiento del negocio actual*



*Fuente: Elaboración Propia*

Todas las peluquerías-barberías encuestadas han considerado mejorar y/o ampliar los locales o abrir más sedes con más personal, lo cual indica que este tipo de negocio genera ganancias progresivas, que eventualmente ayudan a la expansión del mismo.

## **ANEXO 4**

### **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO**

#### **CAPÍTULO I**

##### **Sometimiento**

**Art. 1º.** El presente es el Reglamento Interno de Trabajo prescrito por la empresa Stylo Hair & Beard E.U. domiciliada en Montería y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que, sin embargo, sólo pueden ser favorables al trabajador. Sus trabajadores son de dos categorías: trabajadores de planta y trabajadores en misión.

Los trabajadores de planta son los que desarrollan su actividad en las dependencias propias de la empresa de servicios.

Trabajadores en misión son aquellos que la empresa de servicios envía a las dependencias de sus usuarios a cumplir la tarea o servicio contratado por éstos.

Los usuarios de la empresa sólo podrán contratar con ésta en los siguientes casos:

1ro. Cuando se trate de las labores ocasionales, accidentales o transitorias a que se refiere el artículo 6to del Código Sustantivo del Trabajo.

2do. Cuando se requiere reemplazar personal en vacaciones, en uso de licencia, en incapacidad por enfermedad o maternidad.

3ro. Para atender incrementos en la prestación de servicios, por un término de seis (6) meses prorrogables hasta por seis (6) meses más.

La empresa de servicios no podrá prestar sus servicios a usuarios con las que tengan vinculación económica en los términos de que trata el Capítulo XI del Libro Segundo del Código de Comercio.

Los contratos y/o acuerdos celebrados entre la empresa de servicios y los empleados, deberán:

1ro. Constar por escrito.

2do. Hacer constar que la empresa de servicio se sujetará a lo dispuesto por la Ley para efectos del pago de salarios, prestaciones sociales, horas extras, recargos diurnos y nocturnos, dominicales y festivos, a que haya lugar.

3ro. Especificar la compañía aseguradora, el número de la póliza, vigencia y monto con la cual se garantiza el cumplimiento de las obligaciones laborales de las empresas de servicios con los trabajadores en misión.

4to. Determinar la forma de atención de las obligaciones que en materia de salud ocupacional se tiene para con los trabajadores en misión, cuando se trate de las circunstancias establecidas en el artículo 78 de la Ley 50 de 1990. La presente empresa no podrá prestar sus servicios a usuarios cuyos trabajadores se encuentren en huelga.



## CAPÍTULO II

### Condiciones y Admisión

**Art. 2º.** Quién aspire a tener un puesto en la empresa, ya sea como trabajador de planta o misión debe hacer la solicitud por escrito presentado su hoja de vida para registrarlo como aspirante, y acompañar con los siguientes documentos:

a) Certificados del último patrono con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicios y la índole de la labor ejecutada.

Nota: excepción quien aspire al cargo de auxiliar de cartera y auxiliar de aseo.

b) Referencias de dos familiares y de dos personas particulares sobre su conducta y capacidad.

c) Libreta de servicio militar especialmente para hombres, cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según el caso.

Prohibiese el trabajo de los menores de dieciocho (18) años y es obligación de sus padres disponer que acudan a los centros de enseñanza excepcionalmente y en atención a circunstancias especiales calificadas por el Defensor de Familia.

**Art. 3º.** La empresa puede admitir mediante la renuncia de los riesgos respectivos a los trabajadores de que trata el aparte b) del artículo 340 del Código Sustantivo del Trabajo, en armonía con el artículo 341 y los incisos 1ro y 2do del artículo 342 del mismo Código, y en ningún caso aquellos trabajadores a que se refiere el inciso 3ro del artículo último.

## CAPÍTULO III

### Contrato de Aprendizaje

**Art. 4°.** Contrato de aprendizaje es aquel por el cual un empleado se obliga a prestar sus servicios a la empresa, y cambio de que ésta le proporcione los medios para adquirir formación profesional, técnica o tecnológica metódica y completa del arte u oficio para cuyo desempeño ha sido contratado por un tiempo determinado y el pago del salario convenido.

**Art. 5°.** Pueden celebrar contrato de aprendizaje las personas mayores de dieciséis (16) años que han completado sus estudios secundarios o demuestren poseer conocimientos equivalentes a ellos, en los mismos términos y con las restricciones de que trata el Código Sustantivo del Trabajo.

**Art. 6°.** El contrato de aprendizaje debe contener cuando menos los siguientes puntos:

1ro. Nombre de la empresa o empleador.

2do. Nombre, apellidos, edad y datos personales del aprendiz.

3ro. Oficio que es materia del aprendizaje. Programa respectivo y duración del contrato.

4to. Obligación del empleador y del aprendiz, y derechos de éste y aquel.

5to. Salario del aprendiz y escala de aumento durante el cumplimiento del contrato.

6to. Condiciones del trabajo, duración, vacaciones y periodos de estudio.

7mo. Cuantía y condiciones de indemnización en caso de incumplimiento del contrato.

8vo. Firmas de los contratantes o de sus representantes.

**Art. 7°.** El contrato de aprendizaje debe celebrarse por escrito; en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas del contrato de trabajo.

**Art. 8°.** Durante toda la vigencia de la relación, el aprendiz recibirá de la empresa un apoyo de sostenimiento mensual que sea como mínimo en la fase lectiva el equivalente al 50% de un (1) salario mínimo mensual vigente.

El apoyo del sostenimiento durante la fase práctica será equivalente al setenta y cinco por ciento (75%) de un salario mínimo mensual legal vigente. (Artículo 30, parágrafos 3 y 4, Ley 789 de 2002).

**Art. 9°.** Además de las obligaciones que se establecen en el Código Sustantivo del Trabajo para todo empleado, el aprendiz tiene las siguientes:

1ro. Concurrir asiduamente tanto a los cursos como a su trabajo con diligencia y aplicación sujetándose al régimen del aprendizaje y a las órdenes de la empresa.

2do. Procurar el mayor rendimiento en su estudio.

**Art. 10°.** Además de las obligaciones establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, la empresa tiene las siguientes para con el aprendiz:

1ro. Facilitar todos los medios al aprendiz para que reciba formación profesional, técnica o tecnológica metódica completa del arte y oficio, materia del contrato.

2do. Pagar al aprendiz el salario pactado según la escala establecida en el respectivo contrato, tanto en los períodos de trabajo como en los de enseñanza.

3ro. Cumplido satisfactoriamente el término del aprendizaje preferirlo en igualdad de condiciones para llevar las vacantes que ocurran relativas a la profesión u oficio que hubiere aprendido.

**Art. 11°.** En lo referente a la contratación de aprendices, así como la proporción de éstos, la empresa se ceñirá a lo prescrito por el artículo 30 de la Ley 789 de 2002, conforme al cual “la determinación del número mínimo obligatorio de aprendices para cada empresa obligada la hará la regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, del domicilio principal de la empresa, en razón de un aprendiz por cada 20 trabajadores y uno adicional por fracción de diez (10) o superior que no exceda de veinte. Las Empresas que tengan entre quince (15) y veinte (20) trabajadores, tendrán un aprendiz”.

**Art. 12°.** El contrato de aprendizaje no puede exceder de dos (2) años de enseñanza y trabajo alternados en períodos sucesivos e iguales para ningún arte u oficio y sólo podrá pactarse por el término previsto para cada uno de ellos en las relaciones de oficio que serán publicadas por el Ministerio de la Protección Social. El contrato de aprendizaje celebrado a término mayor del señalado para la formación del aprendiz en el oficio respectivo, se considerará para todos los efectos legales regidos por las normas generales del contrato de trabajo en el lapso que exceda a la correspondiente duración del aprendiz en este oficio

**Art. 13°.** El término del contrato de aprendizaje empieza a correr a partir del día en que el aprendiz inicie la formación profesional metódica.

1ro. Los primeros tres meses se presumen como períodos de prueba, durante los cuales se apreciarán de una parte, las condiciones de adaptabilidad del aprendiz, sus aptitudes y cualidades personales y de otra la conveniencia de continuar el aprendizaje.

2do. El periodo de prueba a que se refiere este artículo se rige por las disposiciones generales del Código del Trabajo.

3ro. Cuando el contrato de aprendizaje termine por cualquier causa, la empresa deberá reemplazar al aprendiz o aprendices, para conservar la proporción que le haya sido señalada.

## CAPÍTULO IV

### Periodo de Prueba

**Art. 14°.** La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo.

**Art. 15°.** El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

**Art. 16°.** El periodo de prueba no puede exceder de dos (2) meses.

En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

**Art. 17°.** El periodo de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el periodo de prueba y el trabajador desea continuar al servicio del patrono, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho periodo de prueba. Los trabajadores en periodo de prueba gozan de todas las prestaciones, de haberlas.

## CAPÍTULO V

### Trabajadores Accidentales o Transitorios

**Art. 18°.** No tienen el carácter de trabajadores propiamente dichos de la empresa, sino de meros trabajadores accidentales o transitorios, lo que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa los cuales sólo tienen derecho al pago del descanso en los domingos y demás días en que es legalmente obligatorio y remunerado y en cuanto a las prestaciones se refiere a las indicadas en el inciso 2do. del artículo 223 del Código Sustantivo del Trabajo.

## CAPÍTULO VI

### Horario de Trabajo

**Art. 19°.** Las horas de inicio y culminación de los trabajadores de planta, son las que a continuación se expresan así:

En la mañana: 8:00 a.m.

En la tarde 5:59 p.m.

Sin embargo, para el caso del personal de peluquería, barbería y cartera, no es de obligatoriedad cumplir con estas horas de inicio y culminación, ya que la modalidad de trabajo depende del agendamiento previo que se haya organizado para atender a las solicitudes de peluquería y/o barbería en una determinada jornada.

Períodos de descanso 12:00 p.m. a 2:00 p.m.

Parágrafo 1ro. Los días laborales son: lunes a domingo.

Parágrafo 2do. El horario de trabajo para los trabajadores en misión será el de las empresas en las cuales estén laborando.

Parágrafo 3ro. En las empresas con más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación.



Parágrafo 4to. Jornada Especial: en las empresas, factorías o nuevas actividades que se establezcan a partir de la vigencia de esta ley, el empleador y los trabajadores pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la empresa o secciones de la empresa sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de ocho (8) horas al día y cincuenta y seis (56) a la semana.

En este caso no habrá lugar al recargo nocturno ni al previsto para el trabajo dominical o festivo, pero el trabajador devengará el salario correspondiente a la jornada ordinaria de trabajo, respetando siempre el mínimo legal o convencional.

Parágrafo 5to. El empleador no podrá, aún con el consentimiento del trabajador, contratarlo para la ejecución de dos 2 turnos en el mismo día, salvo en labores de supervisión, dirección, confianza o manejo. Para implantar la jornada ante dicha el empleador deberá obtener la aprobación administrativa del Reglamento Interno de Trabajo.

## CAPÍTULO VII

### Las Horas Extras y Trabajo Nocturno

**Art. 20°.** Trabajo diurno es el comprendido entre las 6:00 a.m. y las 9:00 p.m. Trabajo nocturno es el comprendido entre las 9:00 p.m. y las 6:00 a.m. (Art. 160 C.S.T. modificado por la Ley 789 de 2002, Art. 25).

**Art. 21°.** Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal.

**Art. 22°.** El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del C.S.T., sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social o de una autoridad delegada por éste: siempre que la empresa en vista de esta autorización, considere efectuarlo en caso necesario.

**Art. 23°.** Tasas y liquidación de recargos.

1ro. El trabajo nocturno, por el sólo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

2do. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3ro. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4to. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro.

**Art. 24°.** El pago del trabajo suplementario o de horas extras y de recargo por trabajo nocturno, en su caso, se efectuará junto con el salario del período siguiente.

Parágrafo. La empresa podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2352 de 1965.

**Art. 25°.** La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 22 de este Reglamento.

Parágrafo 1ro. En ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas, podrán exceder de dos (2) horas diarias y doce (12) semanales.

Cuando la jornada de trabajo se amplíe por acuerdo entre empleadores y trabajadores a diez horas (10) diarias, no se podrá en el mismo día laborar horas extras.

## CAPÍTULO VIII

### Días de Descanso Legalmente Obligatorios

**Art. 26°.** Serán de obligatoria remuneración los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral, por ser días de descanso.

1ro. Todos los trabajadores tanto del sector público como del privado, tienen derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1 de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1 de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre. Además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

2do. Pero el descanso remunerado del 6 de enero, 19 de marzo, 29 de junio, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes.

3ro. Las prestaciones y derechos que para el trabajador originen el trabajo en los días festivos, se reconocerán en relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior (Ley 51 del 22 de diciembre de 1983).

**Art. 27°.** El descanso en los días domingos y los demás días expresados en el artículo 26 de este reglamento tiene una duración mínima de 24 horas.

**Art. 28°.** Cuando por motivo de fiesta no determinado en el artículo 177 del C.S.T. la empresa suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para suspensión o compensación o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras.

## CAPÍTULO IX

### Vacaciones Remuneradas

**Art. 29°.** Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones.

**Art. 30°.** La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año siguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El patrono tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones.

**Art. 31°.** Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

**Art. 32°.** Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de la Protección Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ellas en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplida en servicios y proporcionalmente por fracción de año, siempre que ésta exceda de seis (6) meses. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador.

**Art. 33°.**

1ro. En todo caso, el trabajador gozará anualmente por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

2do. Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos años.

3ro. La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza.

**Art. 34°.** Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se conceden.

**Art. 35°.** Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas.

Parágrafo. En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea.

## CAPÍTULO X

### Permisos

**Art. 36°.** La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones.

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permitan las circunstancias.

- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.

- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente.



## CAPÍTULO XI

### Salario mínimo convencional, lugar, días, horas de pago y periodos que lo regulan

**Art. 37°.** Formas y libertad de estipulación.

1ro. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y faltos arbitrales.

2do. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con éstas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie: y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de diez (10) salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía. El monto del factor prestacional quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos.

3ro. Este salario no estará exento de las cotizaciones a seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y Cajas de Compensación Familiar, pero en el caso de estas tres últimas entidades, los aportes se disminuirán en un treinta por ciento (30%).

Nota: la excepción a lo anterior comprende los honorarios devengados por el personal de peluquería, barbería, contabilidad, auxiliar de cartera y auxiliar de aseo, por trabajar bajo la modalidad de contrato de prestación de servicios.

4to. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo.

**Art. 38°.** Se denomina jornal el salario estipulado por días y, el estipulado con períodos mayores.

**Art. 39°.** Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese.

**Art. 40°.** El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito.

**Art. 41°.** Los trabajadores en misión tendrán derecho a un salario equivalente al de los trabajadores de la empresa usuaria que desempeñen la misma actividad, aplicando para el efecto las escalas de antigüedad vigentes en la empresa.

## CAPÍTULO XII

### **Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo**

**Art. 42°.** Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales en donde aquellos se hallen inscritos.

**Art. 43°.** Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo a la secretaria ejecutiva de la empresa, quien hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo, y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si éste no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

**Art. 44°.** Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordenan la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negase a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

**Art. 45°.** El trabajador que se encuentre afectado de enfermedad que no tenga carácter de profesional y para la sanidad del personal, por ser contagiosa o crónica, será aislado provisionalmente hasta que el médico certifique si puede reanudar tareas o sí debe ser retirado definitivamente.

**Art. 46°.** Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general y particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

**Art. 47°.** En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la llamada al médico si lo tuviere, o uno particular si fuere necesario, tomará todas las demás medidas que se impongan y que se consideren necesarias para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente.

**Art. 48°.** En caso de accidente no mortal, aún el más leve o de apariencia insignificante el trabajador lo comunicará inmediatamente al jefe de la dependencia respectiva o al gerente de la empresa o empleador que haga sus veces, para que estos procuren los primeros auxilios, prevean la asistencia médica y tratamiento oportuno y de cumplimiento a lo previsto en el artículo 220 del Código Sustantivo del Trabajo. El médico continuará el tratamiento respectivo e indicará las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

**Art. 49°.** La empresa no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima, pues sólo estará obligada a prestar los primeros auxilios. Tampoco responderá de la agravación que se presente en las lesiones o perturbaciones causadas por cualquier accidente, por razón de no haber dado el trabajador, el aviso oportuno correspondiente o haberlo demorado sin justa causa.

**Art. 50°.** De todo accidente se llevará registro en libro especial, con indicación de la fecha, horas, sector y circunstancias en que ocurrió, nombre de los testigos especiales, si los hubiere, y forma sintética de que pueden declarar.

**Art. 51°.** En todo caso en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas del reglamento especial de higiene y seguridad que aquella tenga aprobado por la División de Medicina del Trabajo del Ministerio de la Protección Social, de acuerdo con lo establecido en los artículos 349, 350 y 352 del Código Sustantivo del Trabajo.

**Art. 52°.** La empresa de servicios es responsable de la salud ocupacional de los trabajadores en misión, en los términos de las leyes que rigen la materia para los trabajadores permanentes. Cuando el servicio se preste en oficios o actividades particularmente riesgosas, o los trabajadores requieran de un adiestramiento particular en cuanto a prevención de riesgos, o sea necesario el suministro de elementos de protección especial, en el contrato que se celebre entre la empresa de servicios y el usuario se determinará expresamente la forma como se atenderá estas obligaciones.

## CAPÍTULO XIII

### Prescripciones de Orden

**Art. 53°.** Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo,
- c) Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Ser verídico en todo caso.
- h) Recibir y aceptar las ordenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, el orden y la conducta en general, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.

i) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

j) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde desee desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

Parágrafo. Se deja expresamente establecido que los directores o trabajadores no pueden ser agentes de la seguridad pública, en los establecimientos o lugares de trabajo, ni intervenir en la selección de personal a la policía ni darle órdenes, ni suministrarle alojamiento ni alimentación gratuita, ni hacer dádivas.

## **CAPÍTULO XIV**

### **Orden Jerárquico**

**Art. 54°.** El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente:

- Vertical:

Gerente

Secretaria Ejecutiva

- Horizontal:

Contador, personal de cartera y aseo, personal de peluquería y barbería.



## CAPÍTULO XV

### Obligaciones Especiales para la Empresa y Trabajadores

**Art. 55°.** Son obligaciones especiales de la empresa:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y los insumos necesarios para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad, a este efecto el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en este reglamento.

7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular. Si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico, se considera que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras y de trabajadores menores que ordena la ley.

10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

11. Conservar el puesto a las empleadas que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o por licencia de enfermedad motivada en el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el patrono comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas.

12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, en términos de contratos por aprendizaje, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación afiliar al Instituto de Seguro Social o entidad similar a todos los trabajadores menores de edad que laboren a su servicio, si estos no cuentan con una suscripción previa, lo mismo que suministrarles cada cuatro (4) meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa.

**Art. 56°.** Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados: observar los preceptos de este reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y los insumos sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.
6. Prestar la mayor colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra.

## CAPÍTULO XVI

### Prohibiciones Especiales para la Empresa y los Trabajadores

**Art. 57°.** Se prohíbe a la empresa:

1ro. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa de estos para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones u compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo del Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del 50% cincuenta por ciento de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos que la ley los autorice.

c) El Banco Popular, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza.

d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos de los artículos 250 y 274 del Código Sustantivo del Trabajo.

2do. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.

3ro. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de éste.

4to. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en ejercicio de sus derechos de asociación.

5to. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultades o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.

6to. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.

7mo. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8vo. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7 del artículo 57 del Código Sustantivo de Trabajo signos convencionales que tienda a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

9no. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciere además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el patrono en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de éstos, será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

10mo. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

11mo. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad.

**Art. 58°.** Se prohíbe a los trabajadores:

1ro. Sustraer de la empresa los útiles de trabajo, los insumos o productos elaborados sin permiso de la empresa.

2do. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o de drogas enervantes.

3ro. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4to. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

5to. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

6to. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.

7mo. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.

8vo. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado, o para beneficio propio.



## CAPÍTULO XVII

### Escala de Fallas y Sanciones Disciplinarias

**Art. 59°.** La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo.

**Art. 60°.** Se establecen las siguientes clases de faltas leves y las correspondientes sanciones disciplinarias, así:

- a) El retardo hasta de minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día: por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.
- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa implica, por primera vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses

Parágrafo. La imposición de multas no impide que la empresa prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar, el valor de las multas se consignará en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento que más puntual y eficientemente cumpla sus obligaciones. Las multas no podrán exceder del valor de la quinta parte el salario de un día.

**Art. 61°.** Las multas que se prevén sólo pueden causarse por retardos o faltas al trabajo sin excusa suficiente, no pueden exceder de la quinta (1/5) parte del salario de un día y su importe se consigna en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento.

**Art. 62°.** Constituyen fallas graves:

a) El retardo hasta de 60 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por primera vez.

b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.

c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

## **CAPÍTULO XVIII**

### **Procedimientos para Comprobación de Faltas y Formas de Aplicación de las Sanciones**

#### **Disciplinarias**

**Art. 63°.** Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el patrono deberá oír al trabajador inculpado directamente y si éste es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva.

**Art. 64°.** No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo.

## **CAPÍTULO XIX**

### **Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación**

**Art. 65°.** Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de quien los oirá y resolverá en justicia y equidad.

**Art. 66°.** Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos a que se refieren el artículo anterior, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

## **CAPÍTULO XX**

### **Publicaciones**

**Art. 67°.** Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el patrono debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos, con el Reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria.

## **CAPÍTULO XXI**

### **Vigencia**

**Art. 68°.** El presente Reglamento entrará a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este Reglamento.

## **CAPÍTULO XXII**

### **Disposiciones Penales**

**Art. 69°.** Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan suspendidas las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha, haya tenido la empresa.

## **CAPÍTULO XXIII**

### **Cláusulas Ineficaces**

**Art. 70°.** No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador.

#### **DIRECCIÓN, CIUDAD, DEPARTAMENTO**

Transversal 3 #23-21 Urbanización Santa Lucia, Montería, Córdoba

#### **FECHA**

25 de noviembre de 2019

#### **RESPONSABLE**

Helver de Jesús Álvarez Pertuz

C.C. 1.067.915.701 de Montería, Córdoba