



**AIU**  
Atlantic International University

**Student Publications**

**AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto"** A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de poder hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:  
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>



**AIU**  
Atlantic International University  
[www.aiu.edu](http://www.aiu.edu)

**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY**

**SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS**



**FACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA PARA DISTRIBUCIÓN  
DE PRODUCTOS PARA ELABORACIÓN DE UÑAS ARTIFICIALES  
EN SAN MIGUEL PETAPA**

**Mario Augusto Ovalle Sáenz**

**Guatemala 2 de Julio de 2008**

## **ABSTRACT**

La presente investigación tiene como principal objetivo establecer la viabilidad de crear una empresa para la distribución de productos para la elaboración de uñas artificiales.

La investigación abarca los estudios de mercado, la parte técnica, organización y aspectos legales así como el análisis financiero, no se incluye estudio de impacto ambiental ya que no aplica porque no hay utilización desmedida de los recursos naturales no renovables, no hay emisión de residuos no degradables al ambiente, no hay destrucción de espacios naturales y no hay destrucción acelerada de especies animales o vegetales.

El mercado de productos para belleza femenina siempre ha ido en expansión dado que cada vez más las mujeres incursionan en puestos altos y ejecutivos tanto en la empresa privada como en el sector público este cambio de status social genera incremento en la demanda de los servicios de belleza.

Los resultados del estudio de mercado reflejan que hay una demanda insatisfecha por la falta de esta clase de productos de buena calidad a precios accesibles.

El estudio financiero y económico refleja que es rentable el proyecto pues tanto el valor presente neto –VAN- como la tasa interna de retorno –TIR- demuestran que la inversión es factible.

En el capítulo dos se muestra la información básica del proyecto, historia acerca de por qué se eligió este tema, la justificación explica la razón por la cual se va a desarrollar el proyecto, los objetivos y el marco teórico conceptual.

En el capítulo tres se muestra el estudio de mercado, en cual consiste en la definición de los productos, se delimita el mercado meta y se analizan la demanda, la oferta, los precios y la comercialización.

El capítulo cuatro está dedicado al estudio técnico, se incluye el estudio de la obra física necesaria para llevar a cabo el proyecto, se define el tamaño, la organización, la localización y el definición del proceso.

En el capítulo cinco se estudia los aspectos administrativos y legales tal como la definición de los puestos, perfiles y los salarios de los colaboradores necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el capítulo seis se realiza el estudio financiero y económico el cual detalla la inversión inicial, los costos de la operación, los ingresos esperados, los recursos financieros y análisis de tasa de retorno, punto de equilibrio y valor presente neto, se realizó el flujo de efectivo de los primeros cinco años y se presentan estados de resultados proyectados, también se hace referencia a la responsabilidad social de la empresa.

En el capítulo siete se presentan las conclusiones que se obtienen del análisis del estudio realizado, entre las cuales destacamos el hecho que concluimos que es factible desarrollar el proyecto.

El capítulo ocho se establece las recomendaciones con base al presente estudio y el análisis de los resultados obtenidos, la principal recomendación es que siguiendo todos los pasos del presente proyecto, este puede generar buenos rendimientos por el capital invertido.

## ÍNDICE

Dedicatoria	i
Abstract	ii
Capitulo 1 Introducción	1
Capitulo 2 Información del Proyecto	2
2.1. Antecedentes	2
2.2. El problema	5
2.2.1. Árbol de problemas	5
2.2.2. Árbol de objetivos	5
2.3 Objetivos	6
2.3.1. Objetivos general	6
2.3.2. Objetivos específicos	6
2.4. Justificación	6
2.5. Marco Teórico Conceptual	8
Capitulo 3 Estudio de mercado	10
3.1. El producto en el mercado	10
3.1.1. Definición del producto	10
3.1.2. Producto Principal	10
3.1.3. Productos Sustitutos y Similares	10
3.1.4. Productos Complementarios	11
3.2. El área del mercado	11
3.2.1. Población consumidora	11
3.2.2. Estructura de la población	11
3.2.3. Tasa de crecimiento de la población	12
3.3. Comportamiento de la demanda	12
3.4. Comportamiento de la Oferta	15
3.5. Comportamiento de los Precios	15
3.6. Análisis de la Comercialización	17
Capitulo 4 Estudio Técnico	19
4.1. Tamaño del proyecto	19
4.2. Localización	19



4.3. Proceso de Producción	19
4.4. Obras físicas	21
4.5. Organización	21
Capitulo 5 Estudio Administrativo Legal	23
5.1. Restricciones de tipo legal	23
5.2. Descripción y perfil de puestos	23
5.2.1. Personal	24
Capitulo 6 Estudio Financiero	29
6.1. Análisis de costos	29
6.1.1. Costo de la Inversión	29
6.1.2. Costo total de la Operación	30
6.1.3. Costos Unitarios Básicos	30
6.1.4. Costos Fijos y Variables	30
6.2. Análisis de Ingresos	31
6.2.1. Venta de Productos en Unidades	31
6.2.2. Venta de Productos en Valores	31
6.3. Recursos Financieros para la Inversión	32
6.3.1. Estados de Resultados Proyectados	32
6.3.2. Necesidades de Capital de Trabajo	32
6.3.3. Calendario de las Inversiones	33
6.3.4. Estructura y Fuentes de Financiamiento	33
6.4. Punto de Equilibrio	33
6.5. Evaluación Económica	34
6.5.1. Valor Actual Neto	34
6.4.2. Tasa Interna de Retorno	35
6.4.3. Sensibilidades	35
Capitulo 7 Conclusiones	36
Capitulo 8 Recomendaciones	37
Bibliografía	38
Glosario	39
Anexos	43







## Capítulo 1 Introducción

“En nuestra sociedad, y para el logro del crecimiento personal y profesional, el cuidado de la imagen personal posee mucha importancia, pues implica el conocimiento y perfeccionamiento del aspecto exterior, a través de la presencia y la vestimenta”, explica Patricia Elena Blanco, especialista en protocolo, cortesía y buenos modales. <sup>1</sup>

Las [manos](#) son una de las zonas corporales más expuestas ante cualquier clase de agresión: solar, quemaduras, sequedad y toda clase de accidentes, y es que la piel de las manos es infinitamente más fina que la del resto de la anatomía, a excepción del cuello.

Unas manos bonitas revelan una personalidad sensible y un espíritu elegante. El [tabaco](#), la exposición al sol o fregar los platos son algunos hábitos que no contribuyen a la belleza de las manos, así como no prestar atención al estado de hidratación de las mismas.

Unas manos bonitas deben estar siempre limpias, lucir una manicura cuidada, tanto si se llevan uñas largas como cortas, estar hidratadas, pero nunca pegajosas y es que como ya dijera Aristóteles, la mano es el instrumento de los instrumentos. Para abrazar, acariciar, gesticular.

<sup>1</sup> Tomado de Prensa Libre, revista amiga, artículo imagen personal, una clave social

<sup>2</sup> Tomado de [www.univision.com](http://www.univision.com) artículo mujer y belleza, la piel y tu cuerpo

## Capítulo 2 Información del proyecto

### 2.1. Antecedentes

Historia:

El proyecto inició cuando una buscando en Internet nuevos productos femeninos para mejorar la calidad de su trabajo, se contactó con una empresa mexicana que distribuye productos de muy buena calidad fabricados en Pennsylvania, Estados Unidos de América, la marca es NSI (*Nail System International*).

De común acuerdo entre ambas partes se inició la importación del producto en agosto del 2007 y se inició con una pequeña promoción orientada a venderlo en Kits que incluye todo el material para los sistemas Acrílicos, Gel y decoraciones que incluye capacitación.

La distribución está orientada a expandir el mercado ya que por el momento sólo se está promocionando para personas o empresas con poca o ninguna experiencia en el campo de las uñas artificiales.

Se desea expandir el mercado hacia salones de belleza de San Miguel Petapa que actualmente ya están prestando los servicios de uñas artificiales y que les agradaría utilizar nuevos productos y utilizar nuevas técnicas de decoraciones las cuales se pueden realizar con los productos NSI.

El autor ha observado que en el mercado guatemalteco el consumo de productos y servicios de belleza femenina es alto, y la demanda de servicios en la elaboración de uñas artificiales es igualmente alta. La cantidad de marcas existentes en el mercado no superan las 10 y algunas de calidad cuestionable.

Se pretende introducir el producto en el municipio de San Miguel Petapa como una prueba piloto en la distribución de los productos para elaboración de uñas artificiales.

Análisis de mercadeo:

- Clientes:
  - Salones de belleza y estéticas
  - Técnicas y aspirantes a técnicas en uñas
  - Distribuidores de productos de belleza
- Proveedores
  - El principal proveedor es NSI de México
  - Otros proveedores locales
- Superintendencia de Administración Tributaria SAT
  - Entidad reguladora, ya que la empresa estará afecta al IVA
- Registro Mercantil
  - La empresa está registrada en el registro mercantil por ser una empresa comercial con fines de lucro
- Víctimas o desplazados
  - Actuales distribuidores y proveedores de estos productos
- Promotor del proyecto
  - Mario Augusto Ovalle Sáenz

Beneficiarios:

- Salones de Belleza, especialistas y técnicas en uñas artificiales
  - Se les ofrecerá un producto fabricado en Estados Unidos de buena calidad a un precio competitivo
  - Se les capacitará por la compra de la línea completa de productos
  - Se les otorgará un diploma que las acredita como técnica profesional en uñas artificiales
  - Se les estará otorgando constante información acerca de nuevos productos y nuevas técnicas

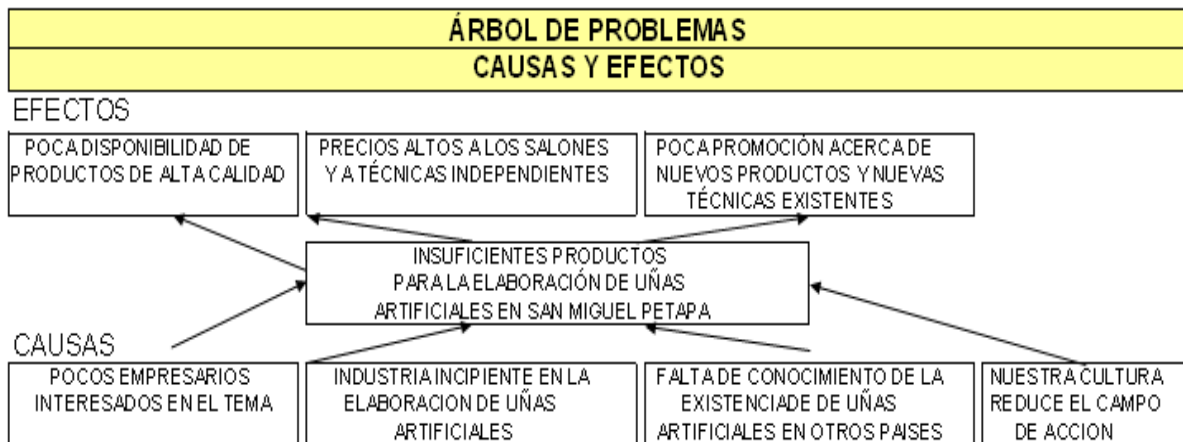
- Se les capacitará en técnicas modernas de decoración de uñas, algunas poco conocidas actualmente en Guatemala.

Análisis Socioeconómico:

- Población urbana
- Sexo femenino
- Edad entre 18 y 50 años Independientes económicamente o con deseos de independencia económica
- Según el censo de población 2002 del INE, esta población es de 634,430 mujeres.

**2.2. Problema:** El problema es la escasez de productos para elaboración de uñas artificiales.

**2.2.1. Árbol de Problemas**



**2.2.2. Árbol de Objetivos**



## **2.3. Objetivos**

### **2.3.1. Objetivo General**

Establecer la factibilidad de crear una empresa para la distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en San Miguel Petapa.

### **2.3.2. Objetivos Específicos**

Establecer el tamaño de la demanda existente de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa.

Establecer el tamaño de la obra física, la localización y la organización necesaria para crear una empresa de distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa.

Establecer los requisitos de tipo legal y los perfiles y puestos necesarios para crear una empresa de distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa.

Establecer la factibilidad y rentabilidad de crear una empresa de distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa.

## **2.4. Justificación**

Actualmente se está realizando la distribución de manera informal y no se cuenta con un estudio completo y delimitaciones del mercado objetivo, tampoco se cuenta con estudios de mercado, ni con una planeación estratégica.

Luego de realizado el proyecto, se tendrá una visión clara de la situación actual y hacia donde se debe enfocar los esfuerzos para lograr la distribución exitosa del producto.

Según la sección amarilla del directorio telefónico, en el departamento de Guatemala existen 92 academias de belleza y 785 salones de belleza, todos ellos necesitan productos de belleza y son clientes potenciales.

Por el monto a invertir en una distribuidora de productos para uñas artificiales, es sumamente conveniente realizar un estudio previo para verificar la viabilidad y así evitar pérdidas económicas mayores.

Una vez colocada la uña artificial, durante su tiempo de vida, cada 15 días debe realizarse un retoque para cubrir las partes nuevas de la uña natural, este retoque consume aproximadamente un 50% del producto que se aplica en la colocación de las uñas artificiales, por lo cual se convierte en hábito para las mujeres que usan este servicio.

Las uñas son parte esencial de la excelente imagen que la mujer guatemalteca quiere proyectar, pero cuando están mal cortadas, agrietadas o con la cutícula descuidada, no se ven bien, lo mismo sucede si tienden a ser frágiles o de lento crecimiento, en estos casos las uñas artificiales son una practica alternativa, y por el hecho de ser elaboradas con materiales químicos debe ser hecho por un profesional.

Desarrollar el proyecto generará mejores rendimientos ya que actualmente se está realizando la venta de productos sin planificación alguna y no se tienen los controles necesarios para estimar gastos, costos y rendimientos derivados del proceso comercial.

Al desarrollar el proyecto se estará ampliando la oferta de productos para uñas artificiales que ofrece productos de alta calidad a precios competitivos y que será capaz de capacitar a la mujer guatemalteca a convertirse en una técnica profesional en uñas artificiales.

## ***2.5. Marco Teórico Conceptual***

La idea surge cuando se estableció que el producto NSI es comercializado y utilizado en México, sin embargo en Guatemala no hay un distribuidor de productos para elaboración de uñas artificiales de dicha marca.

Uñas artificiales se refiere a extensiones de las uñas naturales, colocadas con los sistemas de acrílico, de gel o esculturales o combinaciones entre 2 sistemas, el proceso es el siguiente:

1. Realizar una limpieza y utilizar un antiséptico para preparar la mano.
2. Eliminar la grasa natural de la uña para que se adhiera con facilidad el acrílico o gel.
3. Se limpian los residuos y se adhiere con pegamento la uña plástica sobre la uña natural más o menos a la mitad.
4. Recortar al largo deseado y limar la superficie al punto que no se marque la diferencia entre la uña plástica y la uña natural.
5. Aplicar el material acrílico o gel.
6. Si el sistema a aplicar utiliza gel, entonces introducir la mano en una lámpara de secado.
7. Se aplica otras dos capas de gel o acrílico y se vuelve a secar.
8. En este momento se puede aplicar un color o un diseño de decoración.



9. Aplicar un sellador o finalizado de gel o acrílico.

Sistema Acrílico es la utilización de un polvo que mezclado con un líquido se utiliza para adherir una uña plástica o para alargar la uña natural.

Sistema Gel es la utilización de un gel para adherir una uña plástica o para alargar la uña natural.

Sistema de acrílico con gel es aquel sistema en el cual la uña se realiza de acrílico, pero al final se realiza una aplicación de gel para dar mayor durabilidad y un finalizado más atractivo a la uña.

Sistema escultural es la utilización de gel aplicado sobre un molde para realizar una extensión de uña sin usar uña plástica.

## **Capítulo 3 Estudio de Mercado**

### ***3.1. El producto en el mercado***

#### **3.1.1. Definición del Producto**

Equipo y productos químicos para producir uñas artificiales.

#### **3.1.2. Producto Principal**

Kit basico y kit completo marca NSI fabricado en Pensilvania, Estados Unidos para la elaboración de uñas artificiales.

El Kit comprende los productos siguientes:

Polvo de Acrílicos natural

Polvo de Acrílicos de color

Monómero

Primer attract

Gel glazen'go

Sanitize

Cleanse

Tips blancos, naturales, de colores

Brush Cleaner

Aceite Nurture

Lampara rayos UV

Pinceles para Acrílico y Gel

Los cuales fueron descritos en la sección 2.5 marco teórico conceptual.

### **3.1.3. Productos Sustitutos y Similares**

Los acrílicos que utilizan los dentistas son similares a los acrílicos para uñas y más baratos, sin embargo estos pueden dañar permanentemente las uñas ya que no están diseñados para su utilización en uñas y actualmente son utilizados irresponsablemente.

### **3.1.4. Productos Complementarios**

Corta Tips

Corta uñas

Palitos de naranjo

Limas

Pegamento para uñas plásticas

Algodón

Acetona

Esmalte de uñas

Calcomanías

Cintas o listones

Hilos para decoraciones

Los cuales fueron descritos en la sección 2.5 marco teórico conceptual.

## **3.2. El área del mercado**

### **3.2.1. Población consumidora**

Mujeres con ingresos mensuales de Q.4,000 o menos que buscan independencia económica o ayuda económica familiar y salones de belleza dentro del área geográfica delimitada.

### **3.2.2. Estructura de la población** (fuente: Instituto Nacional de Estadística Censo de población 2002)

En los municipios identificados en el área geográfica se contabilizan 937,722 mujeres, la población de mujeres en edad de trabajar es 851,899.

La población femenina, según resultado de encuestas del Instituto Nacional de Estadística del Censo 2002, respecto al empleo en el área urbana se muestra en el anexo 1.

### **3.2.3. Tasa de crecimiento de la población**

Según proyección estadística del Instituto Nacional de Estadística, la población crece 17.42% en 5 años, para proyectar al año 2008 se tomará como promedio un crecimiento anual de  $17.42 / 5 = 3.484\%$  entonces en 6 años sería un crecimiento promedio de  $3.484 \times 6 = 20.90\%$  en el anexo 1 figura 2 se muestra la proyección para el año 2008.

### **3.3 Comportamiento de la Demanda**

1. Situación actual: Según la sección amarilla del directorio telefónico, se contabilizaron 785 salones de belleza en el departamento de Guatemala, los cuales componen una parte de la demanda.
2. El crecimiento de los salones de belleza se estima en un 20% anual, de acuerdo a datos del directorio telefónico de año anterior.
3. Situación futura, el proyecto pretende hacer crecer la demanda, ya que se está gestionando la expansión del mercado a través de la capacitación de nuevas técnicas en uñas.
4. Conforme al crecimiento demográfico de la población, la demanda se incrementa ya que estos productos son utilizados por mujeres desde edad joven, también tomando en cuenta que los hábitos de belleza de la mujer están principalmente enfocados en el cuidado del cabello, maquillaje, la vestimenta y zapatos y el cuidado de manos y pies, las personas llegan a crear hábitos de cuidado personal lo que los lleva a ser consumidores recurrentes.
5. La elaboración de uñas artificiales se ha convertido en un servicio más que la mayoría de salones de belleza tiene a disposición de la mujer guatemalteca, por lo cual los salones que aun no cuentan con este servicio pueden estar perdiendo una parte importante de clientela y con esto se logrará atraer más clientes al proyecto de distribución.
6. Actualmente tanto amas de casa como mujeres profesionales pueden utilizar uñas artificiales ya que la persona puede acostumbrarse a realizar sus tareas cotidianas con las uñas artificiales de un largo moderado.
7. La persona que se ha colocado uñas artificiales, debido a que esto es una extensión de su uña natural y esta crece, debe realizarse un retoque cada 15 o 20 días máximo, por lo cual el consumo de los productos de este proyecto se incrementa.

8. Se realizó una encuesta piloto para establecer la demanda del producto. En el anexo 6 se muestra la encuesta realizada

### **Mercado Meta:**

El producto está dirigido para ser vendido a los siguientes segmentos:

- Salones de belleza
- Cultoras de belleza
- Mujeres entre 18-50 años que deseen iniciarse en el campo de belleza
- Área municipio San Miguel Petapa
- La población femenina es 64,873 mujeres en el municipio de San Miguel Petapa, según proyección censo de población 2002 del INE.

### **Objetivo de la encuesta:**

- Estimar la necesidad insatisfecha de productos y capacitación en la elaboración de uñas artificiales.
- Estimar la existencia de la demanda del producto en el área geográfica donde aplicará el proyecto
- Determinar el tamaño de los Kits de productos de acuerdo a la capacidad de pago y necesidad de los encuestados

### **Método de recolección de la Información:**

Se encuestan empleados (encargados de compras) o propietarios de 40 salones de belleza para determinar su orientación hacia el producto (se utilizó 40 debido a que es muestra piloto solamente un 10% de la muestra ideal).

### **Definición de Sujetos que puedan causar sesgo:**

Los salones que tiene relación directa con distribuidores de productos sustitutos o similares no deben ser encuestados.

Los resultados de la encuesta se muestran en el anexo 7 y muestran un alto porcentaje de demanda del producto.

### **3.4. Comportamiento de la Oferta**

- a. Situación actual, existen aproximadamente 20 empresas que distribuyen productos para elaboración de uñas artificiales, también existen pequeños distribuidores informales que no tienen un punto de venta, sino que distribuyen a través de visita a los salones y por pedidos vía telefónica y a domicilio.
- b. Los salones más grandes del área metropolitana son también distribuidores de esta clase de productos, esto se traduce en que los mismos distribuidores son competidores con los clientes.
- c. La marca líder es OPI en acrílicos y geles, sin embargo dicha marca no cuenta con acrílicos y geles de colores para decoración.
- d. StarNail es una marca de costo bajo y por lo tanto bastante utilizada, esta empresa cuenta con un centro de entrenamiento que también es una fuente nuevas técnicas en uñas.
- e. Suministros de Guatemala es una empresa que agrupa la venta de varias marcas de productos para extensión de uñas.
- f. No existe intervención estatal, ni subsidios, ni proteccionismo, el mercado es libre, sin embargo el autor ha observado que la presentación de algunos productos no llena los requisitos básicos, como fecha de fabricación, fecha de vencimiento, registro sanitario.
- g. Se espera un crecimiento de la demanda a través de la capacitación (la cual es incluida con cada kit) de nuevas técnicas que utilizaran estos productos y que

realicen recompra de los productos ya que como todo producto utilizado en la belleza femenina crea cierto grado de hábito o de una demanda no necesaria.

- h. La mayor influencia para determinar el precio de los productos a distribuidor está en el costo y los precios de la competencia, actualmente los costos de estos productos son suficientemente bajos, como para tener un precio competitivo con un buen margen de utilidad.

### **3.5. Comportamiento de los Precios**

- a. Análisis de las series históricas de precios, se ha notado una tendencia a la baja de precios basada en el ingreso de nuevos competidores, ya que la cantidad de marcas actualmente es mayor a la cantidad de marcas existentes hace 10 años, a continuación se presenta un cuadro comparativo de precios de kit básico en el tiempo (fuente: Starnail y Originalis).

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO</b>	<b>PRECIO PROMEDIO STARNAIL</b>	<b>PRECIO PROMEDIO OPI</b>	<b>PRECIO PROMEDIO NSI</b>
KIT DE	1998	4,500.00		
ACRILICO	2002	3,500.00	4,500.00	
Y GEL	2008	2,500.00	3,000.00	1,800.00

- b. Estimación de la evolución futura de los precios, el hecho que este proyecto se propone crear un nuevo competidor, se estima que algunos de los distribuidores existentes pueden realizar una baja en sus precios para volverse más competitivos.
- c. Influencia prevista de los precios sobre la demanda, debido al aumento de la competencia, los precios pueden bajar y así aumentar la demanda, se estima que



no es el precio lo que marca la demanda, sino que el mercado va en aumento de su tamaño.

- d. Los precios que actualmente ofrece NSI son similares a los que ofrecen las otras marcas de similar calidad, como es OPI, hay otros productos como los geles y acrílicos de colores los cuales no se han encontrado en el mercado y por lo tanto no se puede realizar una comparación de precios. A continuación se presenta una comparación de precios de los productos más utilizados acrílicos, geles y líquido monómero.

e.

<b>PRODUCTO</b>		<b>PRECIO</b>
Acrílico OPI	1/2 oz	80.00
Acrílico NSI	1/4 oz	40.00
Gel OPI	1/2 oz	90.00
Gel NSI	1/4 oz	45.00
Monómero OPI	8 oz	300.00
Monómero NSI	4 oz	150.00

- f. Los precios de los Kits que venden otras empresas dedicadas a la distribución de productos similares, son mas altos que los precios que este proyecto pretende ofrecer, esto es porque las otras distribuidoras están ofreciendo kits por separado, kit de gel, kit de acrílico, kit de decoración y cada uno de estos cuesta aproximadamente Q1,500 haciendo un total de Q4,500 para tener el conocimiento y producto completo. Este proyecto pretende fijar como precio para un kit completo y curso en Q2,800 (IVA incluido) el cual incluye los 3 kits y cursos ofrecidos por otras distribuidoras.
- g. Se entrevistó a algunas técnicas en uñas con bastante tiempo de experiencia en el campo y su comentario es que los precios de productos de hace unos ocho años a la fecha tiende a la baja en un 40% aproximadamente respecto al precio actual, un acrílico que actualmente cuesta Q40.00, hace 8 años tenia un precio aproximado de Q70.00.

### **3.6. Análisis de la Comercialización**

- a. Canales de comercialización, el proyecto está destinado a realizar una distribución a nivel de mayorista, se pretende distribuirlo a detallistas quien harán la venta directa al consumidor, en este caso salones de belleza y técnicas en uñas independientes.
- b. Se contactará a distribuidores de productos de belleza para proponerles la distribución al consumidor, se le indicará al distribuidor detallista que este producto está siendo utilizado por salones donde ya se ha capacitado al personal en su utilización y por lo tanto tiene demanda, se ofrecerá un margen aproximado del 20% de utilidad para el distribuidor.
- c. A través de la capacitación de nuevas técnicas en uñas artificiales se pretende distribuirlo directamente al consumidor y cuando las nuevas técnicas en uñas inicien su labor como tales, se espera la reventa y venta periódica del producto.
- d. Se promocionará el producto a través de talleres y seminarios en los cuales se da una pequeña capacitación por un precio sumamente bajo y se aprovecha para hablarles de las bondades del producto y la relación de la inversión contra el beneficio de iniciarse en este arte utilizando estos productos.
- e. Se contratará vendedoras para que visiten salones de belleza y promocionen los productos y los cursos los cuales pueden ser para que conozcan nuevas técnicas o para iniciarlos en el arte de las uñas artificiales, para esta comercialización se tomará el municipio de San Miguel Petapa como prueba piloto para iniciar, de acuerdo a los resultados de la prueba se designará la siguiente área a comercializar.
- f. Para la reventa del producto, se espera iniciar con entrega a domicilio siempre que fuera dentro del área urbana, para el área rural se cobra envío ya que se estaría utilizando transporte extra urbano para la entrega del producto.
- g. Se propondrá al INTECAP una alianza estratégica en la cual este proyecto pueda ofrecer los cursos a través de esta institución para hacerlo llegar a personas de escasos recursos, en la cual se pueda negociar los precios convenientemente.

- h. Se solicitará la inscripción en la sociedad de estilistas de Guatemala para poder participar en los eventos organizados por dicha sociedad y así poder llegar información de estos productos a salones y estilistas asociados.

**Resumen:** En el estudio de mercado se definió el producto principal, los productos sustitutos y los productos similares, se estableció el mercado meta, la estructura de la población, se estimó el tamaño de la demanda a través de una encuesta, se estudió el comportamiento de la oferta y el comportamiento de los precios, se analizó las formas de comercialización, el resultado del estudio de mercado es que existe una demanda insatisfecha de productos para elaboración de uñas artificiales y capacitación para dicha elaboración en el municipio de San Miguel Petapa.

## Capítulo 4 Estudio Técnico

### **4.1. Tamaño del proyecto:**

- a. En principio se importará aproximadamente 20 kits completos y 10 kits básicos cada 2 meses para mantener el nivel de inventario acorde a los objetivos de ventas.

### **4.2. Localización:**

- a. Macro localización: país Guatemala
- b. Micro localización: Para iniciar el proyecto se buscó una localización dentro la colonia Villa Hermosa en San Miguel Petapa, donde se centrará el centro de capacitación y distribución.
- c. Se considera la ubicación indicada anteriormente debido a la cercanía con la ubicación del área geográfica a cubrir en el presente proyecto.
- d. El lugar de ubicación debe estar cerca de alguna parada de autobuses para facilitar la movilización de los clientes y debe contar con parqueo para seguridad de los vehículos de los clientes.

### **4.3. Proceso de distribución:**

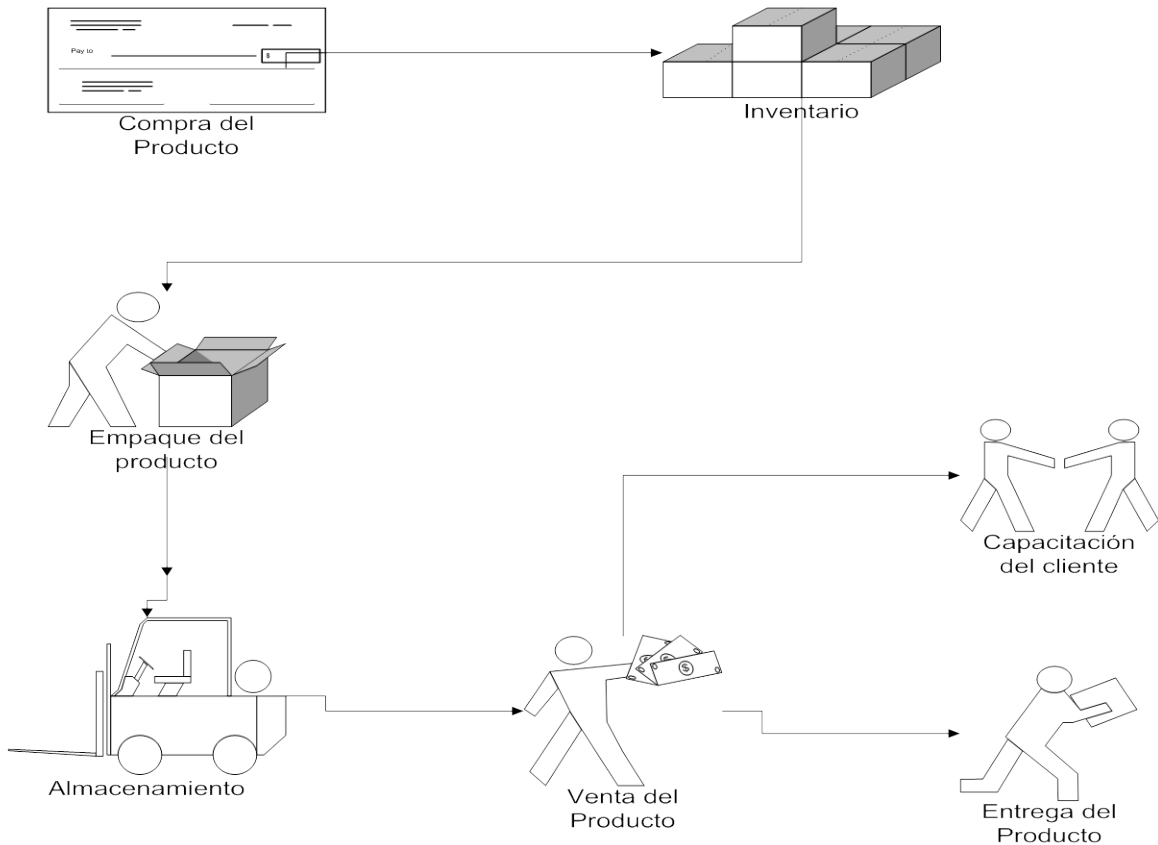
- a. El proceso se muestra en la figura 4.1 y este se compone de la siguiente manera:
  - i. El producto a distribuir es comprado separadamente de dos fuentes, una es la importación del distribuidor regional para América Latina ubicado en México y el otro es la compra de productos complementarios a distribuidores locales.
  - ii. Una parte de los productos son agrupados y empacados en un recipiente plástico para formar los diferentes Kits, se necesita tener en existencia aproximadamente 15 o 20 kits.
  - iii. El resto del producto se debe tener clasificado y a la mano para venderlo individualmente.
- b. Insumos: Los insumos son los productos descritos en el estudio de mercado, los productos son principales y complementarios.

- c. Instalaciones: Se requiere contratar en arrendamiento una bodega o local con una área total de 80 metros cuadrados, 8 metros de frente por 10 metros de fondo, la cual se distribuirá de la siguiente manera: un área de capacitación de 50 metros cuadrados, una bodega de 12 metros cuadrado, esta bodega debe estar en un lugar seco, fresco y ventilado, libre de humedad ya que uno de los productos principales son acrílicos en polvo y estos pueden sufrir daño si el ambiente es húmedo, también se requiere una oficina de 8 metros cuadrados para el personal administrativo y los archivos de la papelería de la empresa y una área de recepción y ventas de 10 metros cuadrados.
- d. Equipo: Se requiere un mínimo de 5 estanterías de 5 entrepaños cada una para el almacenaje de los productos en la bodega, Se requieren como mínimo una mesa de 2 metros de largo por 50 centímetros de ancho la cual servirá para dar las capacitaciones, 10 sillas secretariales, un escritorio pequeño, un archivo de 4 gavetas, 1 mostrador de vidrio para la exposición de productos, 2 computadoras con impresora, 1 exhibidor de vidrio donde se tendrá almacenado algunos productos de mayor venta.

#### **4.4. Obras físicas:**

- a. En el local a arrendar para las instalaciones de la distribuidora se necesita separar las áreas de atención al cliente, centro de capacitación, bodega y la oficina administrativa.
- b. La separación de las diferentes áreas se realizará con material de tabla yeso y ventanearía de aluminio con vidrios, para lo cual se contratará la constructora PORTICUS.
- c. La obra de separación de ambientes tendrá un costo aproximado de Q15,000.00 de acuerdo a cotización realizada por la constructora PORTICUS, en el anexo 8 se presenta el plano de distribución de ambientes.

Figura 4.1 Flujo del Proceso de distribución



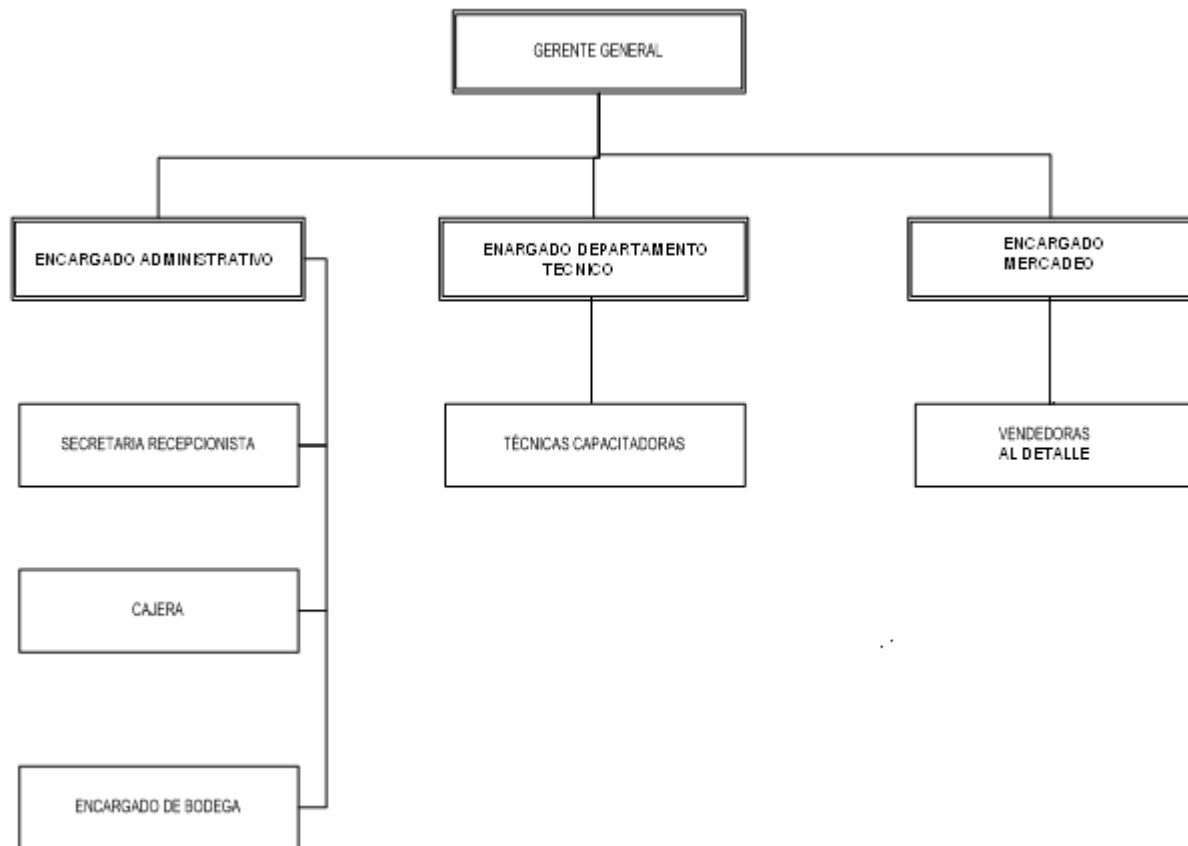
#### 4.5. Organización:

- a. La administración, control y ejecución del proyecto estará a cargo del autor del proyecto, el organigrama propuesto se muestra en la figura 4.2.

- b. Constitución legal, la empresa está registrada en el registro mercantil y en la superintendencia de administración tributaria como empresa individual y bajo el régimen del 5% del Impuesto Sobre la Renta.
- c. Se tiene actualmente 4 proveedores locales, de los cuales con base a los precios se define a cual se le compran los productos complementarios, el proveedor de los productos principales es Nail System Internacional UZIEL ubicado en Guadalajara, Jalisco, México.

Figura 4.2 Organigrama Propuesto para Distribuidora de Productos para Uñas

Hecho por: Mario Ovalle 15/4/08



Resumen: El estudio técnico se realizó para definir el tamaño de la obra física, el proceso y la organización necesaria para crear la empresa de distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en San Miguel Petapa, la obra física requiere la

contratación en arrendamiento de un local de 60 metros cuadrados y separación de ambientes usando tabla yeso.

## **Capítulo 5 Estructura Administrativo-legal**

### **5.1. Restricciones de tipo legal:**

La empresa está inscrita en el Registro Mercantil y también está inscrita en la Superintendencia de Administración Tributaria como una empresa individual.

Los productos de gel y acrílicos que son importados, cuentan con el permiso del departamento de control de medicamentos del Ministerio de Salud Pública.

La importación de los productos marca NSI están sujetos a impuestos de importación, también existe la posibilidad de tomar los acuerdos del tratado de libre comercio con México con lo cual están exonerados de dicho impuesto, para tomar este beneficio se debe solicitar a la empresa mexicana el certificado de origen el cual aun no ha sido proporcionado.

La contratación de personal está sujeta a un contrato laboral para lo cual será utilizado el formato existente en el mercado y que contiene las cláusulas más comunes de dicho contrato.

El régimen del Impuesto sobre la renta a operar es el del 5% el cual corresponde trasladar todos los meses el 5% de las ventas netas facturadas, el régimen del Impuesto al Valor



Agregado es mensual, es decir mensualmente se declara y se paga (si aplicara pago) con base a las ventas.

## **5.2. Descripción y perfil de puestos:**

5.2.1. Personal: Se iniciará el proyecto con el siguiente personal:

- Una técnica especializada en capacitación, conforme sea necesario se capacitará técnicas que puedan después también capacitar
- Una persona encargada de las ventas al detalle quien también será encargada de atender llamadas y contestar los correos electrónicos de los clientes
- La contabilidad es trabajada de forma de servicios externos con una empresa particular contratada para dicho fin
- Una vendedora que visitará salones para ofrecer el producto, de acuerdo a los resultados se podrá contratar otras vendedoras.

### **Descripción de Puestos:**

**Técnica especializada en capacitación:** Responsable de brindar capacitación a nuevas técnicas en uñas.

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Salario: Q2,500

Perfil del Puesto:

Sexo: Femenino

Edad 18 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Primaria Completa

Experiencia previa: 1 año de experiencia como técnica en uñas y manos.

Habilidades y competencias: Habilidad para transmitir conocimientos, paciencia con los alumnos, habilidad para socializar y tratar con otras personas.

Actividades a realizar: Brindar capacitación individuales o a grupos pequeños de nuevas técnicas, debe capacitar en los diferentes sistemas y decoraciones, debe mantenerse actualizada en las nuevas técnicas y sistemas del mercado.

**Encargada de ventas al detalle:** Responsable de realizar las ventas en el local de la empresa, responder llamadas telefónicas y contestar emails de los clientes, mantener limpia y ordenado el local

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Conocimientos de cómputo: Windows, Office, Internet

Salario: Q1,650

Beneficios extras: Comisión 5% sobre ventas

Perfil del Puesto:

Sexo: Femenino

Edad: 18 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Secundaria completa

Experiencia Previa: No es necesario.

Habilidades y competencias: Habilidad negociadora y orientada a brindar soluciones a los clientes, habilidad aritmética, ordenada.

Actividades a Realizar: ventas a detalle dentro del local de la empresa, contestar llamadas telefónicas, contestar emails de los clientes, administrar los exhibidores de productos, archivo de papelería relevante de la empresa.

**Vendedora de ruta:** Responsable de la venta de productos en los salones de belleza de su área.

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Conocimientos de cómputo: No es necesario

Salario: Q1,650

Beneficios extras: Comisión 5% sobre ventas

Perfil del puesto:

Sexo: Femenino

Edad: 20 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Primaria Completa

Experiencia Previa: 1 año en ventas

Habilidades y competencias: Habilidad negociadora y orientada a brindar soluciones a los clientes, orientada a alcanzar metas.

**Encargado departamento técnico:** Responsable de que las capacitaciones sean desarrolladas de forma correcta y de la evaluación teórica y práctica de las nuevas técnicas capacitadas.

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Conocimientos de cómputo: Windows, Office.

Salario: Q4,500

Beneficios extras: no

Perfil del puesto:

Sexo: Femenino

Edad: 30 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Secundaria Completa

Experiencia Previa: 2 años como técnica en uñas

Habilidades y competencias: Habilidad negociadora y orientada a brindar soluciones y a alcanzar metas.

**Encargado administrativo:** Responsable del cumplimiento de las normas de la empresa, que los pagos a proveedores y colaboradores sean realizados a tiempo, de los cálculos de dichos pagos, también velará por la buena atención a los clientes y estará a cargo del orden y limpieza del local y de la buena atención al cliente interno.

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Conocimientos de cómputo: Windows, Office.

Salario: Q4,500

Beneficios extras: no

Perfil del puesto:

Sexo: Femenino

Edad: 30 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Secundaria Completa

Experiencia Previa: 2 años en puestos administrativos

Habilidades y competencias: Habilidad negociadora y orientada a brindar soluciones y a alcanzar metas.

**Encargado de mercadeo:** Responsable del cumplimiento de las metas de ventas trazadas, de que el cliente reciba lo ofrecido y de la publicidad y promociones del producto, también de atraer nuevos clientes a través de nuevas estrategias de mercadeo.

Duración del contrato: Indefinido

Horario: Lunes a viernes de 8 a 17 y sábado de 8 a 12

Conocimientos de cómputo: Windows, Office.

Salario: Q4,500

Beneficios extras: no

Perfil del puesto:

Sexo: Femenino

Edad: 30 años en adelante

Apariencia física: Buena

Estado Civil: Indiferente

Nivel Educativo: Secundaria Completa

Experiencia Previa: 2 años en mercadeo

Habilidades y competencias: Habilidad negociadora y orientada a brindar soluciones y a alcanzar metas.

En inicio los puestos gerenciales y la técnica capacitadora estarán a cargo de la misma persona, de ser necesario más adelante se deberá contratar a personal que cubra estas posiciones.

**Resumen:** El estudio administrativo legal se realizó para determinar los requisitos legales para crear una empresa para distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa, establecer los puestos y perfiles del personal que colaborará en la empresa, para lo cual se definió utilizar el régimen del Impuesto al valor agregado del 5% y la inscripción en el Registro mercantil.

## Capítulo 6 Estudio Financiero

### 6.1. Análisis de costos:

#### 6.1.1. Costo de la inversión:

<u>Activos no corrientes</u>	<u>Q.</u>
Equipo de cómputo	9,000.00
Mobiliario y Equipo	5,000.00
Gastos de instalación	2,000.00
Remodelación de locales	15,000.00
<u>Activos corrientes</u>	
Inventario material empaque	250.00
Inventario producto terminado	150,000.00
Efectivo en banco	15,000.00
<u>Capital de trabajo inicial para operar</u>	
<u>(incluye perdidas operativas iniciales)</u>	
Sueldos previos a la operación	4,500.00
Alquileres previos a la operación	1,500.00
Otros gastos previos a la operación	750.00
Perdida operativa primer mes	1,500.00
Perdida operativa segundo mes	1,000.00
Perdida operativa meses adicionales	500.00

Otros activos

Depósitos de locales arrendados	3,000.00
Gastos escrituración de arrendamientos	500.00

Gastos de organización

Gastos de inscripción registro mercantil	100.00
Gastos de inscripción SAT	500.00

**GRAN TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL 210,100.00**

**6.1.2. Costo total de la operación:** Es el monto de gastos mensuales por la operación del negocio.

**Gastos de Venta Mensuales**

Sueldos	1,640.00
Prestaciones	705.20
Alquileres	1,500.00
Servicios generales	500.00
Papelería y útiles	125.00
Otros gastos	750.00
<b>Total gastos de venta</b>	<b>5,220.20</b>



### Gastos de Administración Mensuales

Sueldos	4,500.00
Prestaciones	1,935.00
Alquileres	1,500.00
Servicios generales	500.00
Papelería y útiles	125.00
<b>Total gastos de administración</b>	<b>8,560.00</b>

#### 6.1.3. Costos unitarios básicos:

COMPRA DE PRODUCTO TERMINADO	Costo de Adquisición	Gastos de internación	Costo Total	Unidad de presentación	Costo Unitario	Unidad de medida
KIT BÁSICO	597.80	71.74	669.53	1.00	669.53	KIT
KIT COMPLETO	1,051.26	126.15	1,177.41	1.00	1,177.41	KIT

#### 6.1.4. Costos Fijos y Variables

<b>Costos fijos mensuales</b>	Q.
Renta	3,000.00
Salarios base	6,140.00
Prestaciones	2,640.20
Papelería y útiles	250.00

servicios generales	1,000.00
Otros gastos	750.00
<b>Total costos fijos mensuales</b>	<b>13,780.00</b>

<b>Costos variables Unitarios</b>	Q.
Costo del producto	1846.94
Comisión sobre ventas	230.00
<b>Total costos variables unitarios</b>	<b>2,076.94</b>

## 6.2. Análisis de Ingresos:

### 6.2.1. Venta de Productos en unidades:

Las unidades de ventas mensuales esperadas en el primer año se muestran en el anexo 2.

Ventas en unidades en los primeros 5 años	Precio					
	Unitario	Total	Total	Total	Total	Total
Unidades	Incluye IVA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
KIT BÁSICO	1,800.00	79	87	96	101	106
KIT COMPLETO	2,800.00	158	174	191	201	211

### 6.2.2. Venta de Productos en valores:

Las ventas en valores mensuales esperadas en el primer año se muestran en el anexo 3

**Ventas en valores los primeros 5 años:** se toma como incremento en unidades de venta anual de un 5% y un incremento en el precio de 10%.

	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
BÁSICO	142,200.00	156,600.00	181,440.00	187,254.00	196,524.00
COMPLETO	442,400.00	511,560.00	561,540.00	579,684.00	608,524.00
<b>TOTAL</b>	<b>584,600.00</b>	<b>668,160.00</b>	<b>742,980.00</b>	<b>766,938.00</b>	<b>805,048.00</b>

### **63. Recursos Financieros para la Inversión:**

**6.3.1. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS** A continuación se presenta el estado de resultados proyectado para el primer año:

	Año 1
Ingreso por Ventas	<b>584,600.00</b>
Costo de Venta	221,504.15
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>363,095.85</b>
Gastos de Administración	102.720,00
Gastos de Venta	91.872,40
Gastos por Depreciación	1,530.01
<b>Utilidad en Operación antes de Impuestos</b>	<b>166,973.44</b>
Impuesto Sobre la Renta 5%	29.230,00
<b>Utilidades Netas después de</b>	<b>137,743.44</b>

### **Impuestos**

Depreciaciones no desembolsadas	1.530,01
---------------------------------	----------

<b>Utilidades Netas</b>	<b>139,273.45</b>
-------------------------	-------------------

En el anexo 5 se presenta los Estados de resultados para los próximos 5 años.

**6.3.2. Necesidades de Capital de Trabajo:** Con respecto a las necesidades de capital de trabajo, estas están expresadas en la inversión inicial, dicha inversión es el capital que se necesita para iniciar el desarrollo del proyecto.

**6.3.3. Calendario de las inversiones:** Las inversiones se pueden realizar en una misma fecha, una vez que se haya encontrado el local adecuado, se pueden realizar los desembolsos necesarios para rubro de la inversión inicial.

**6.3.4. Estructura y fuentes de financiamiento:** El financiamiento para la inversión inicial del proyecto será por otorgado por capital propio que el autor aportará.

**6.4. Punto de Equilibrio:** Conforme a la clasificación de los costos fijos y variables, se procede a hacer el cálculo del punto de equilibrio:

#### **Total costos fijos**

<b>unitarios</b>	<b>13,780.00</b>
------------------	------------------

#### **Total costos variables**

<b>unitarios</b>	<b>2,076.94</b>
------------------	-----------------

Precio Unitario (con IVA)	4,600.00
---------------------------	----------

Contribución Marginal                      2,523.06

Para establecer el margen de contribución se divide la contribución marginal unitaria dentro del precio promedio unitario, lo cual nos resulta:

Margen de Contribución                      0.55 %

Entonces se procede a calcular el punto de equilibrio el cual resulta de dividir los costos fijos de un mes entre el margen de contribución:

Punto de Equilibrio                      13,780.00 / 55%                      ==> Q.25,054.54

Para calcular el punto de equilibrio anual, multiplicamos el punto de equilibrio mensual por 12, el resultado es el siguiente:

Punto de Equilibrio Anual                      Q.25,054.54 X 12 meses                      ==> Q.300,654.54

## **6.5. Evaluación Económica:**

### **6.5.1. Valor Actual Neto:**

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. El Valor Actual Neto utiliza una tasa de descuento o tasa de rentabilidad mínima esperada, llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente presente. A los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados.

Habiendo establecido los flujos netos de fondos para el año 1 al 5, los cuales se muestran en el anexo 4, se procede a utilizar una de las herramientas de evaluación económica, para el efecto se considera como año cero de la inversión la suma de las inversiones

proyectadas colocándose dentro de la línea del tiempo con un valor negativo para representar una salida o desembolso.

Para establecer los flujos netos de fondos sumamos las depreciaciones dado que estas son únicamente un escudo fiscal y se establecen por medio de una partida contable pero no representa ningún desembolso.

Se consideró como valor de rescate al término del quinto año la suma de Q.15,000.00 la cual fue sumada a los flujos netos del quinto año. Se utilizó como tasa de rendimiento mínima aceptada el 20% la cual cubre la inflación, el posible rendimiento que obtendría la inversión en un banco, mas un premio por el riesgo asumido en este negocio.

En cuanto al Valor Actual Neto obtenido podemos ver que es abundantemente positivo en la suma de 245,071.06 y es abundantemente superior a la referencia mínima que técnicamente esperamos tener por lo que concluimos que los flujos netos de fondos que generara el proyecto a su valor actual son bastante superiores a la inversión que desembolsaremos.

#### **6.5.2. Tasa Interna de Retorno:**

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno da como resultado un 71% lo cual es superior al mínimo esperado del 20% por lo que podemos concluir que desde la perspectiva de esta herramienta el proyecto es económicamente factible. Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se utilizaron los mismos flujos netos del anexo 4.

#### **6.5.3. Sensibilidades:**

Para propósito de considerar un escenario donde la situación no fuera tan favorable se presenta el siguiente análisis, en el anexo 5 se muestran los flujos netos esperados si los precios se redujeran el 15% en el cual se puede observar a pesar de ello la Tasa Interna de Retorno que se obtendría sería de 29% la cual es mayor a la mínima esperada y el Valor Actual Neto de 40,395.25.

## **Capítulo 7 Conclusiones**

De acuerdo al estudio de mercado se concluye que existe suficiente demanda en el municipio de San Miguel Petapa para crear una empresa dedicada a la distribución de productos para elaboración de uñas artificiales.

De acuerdo al estudio técnico se concluye que en San Miguel Petapa se puede crear una empresa dedicada a la distribución de productos para la elaboración de uñas artificiales, ya que existe espacio físico necesario y dicho municipio cuenta con mano de obra necesaria para la operación de la empresa.

De acuerdo al estudio administrativo legal, en San Miguel Petapa no existe restricción alguna para crear una empresa dedicada a la distribución de productos para elaboración de uñas artificiales.

De acuerdo al estudio financiero, se concluye que si es factible y rentable crear una empresa dedicada a la distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en San Miguel Petapa.



## **Capítulo 8 Recomendaciones**

Se recomienda realizar un estudio de mercado mas amplio, a pesar que se determinó que existe una demanda insatisfecha de productos para elaboración de uñas artificiales en San Miguel Petapa.

Se recomienda contratar un local en algún centro comercial de San Miguel Petapa para instalar la empresa dedicada a la distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en San Miguel Petapa.

Se recomienda que al crear la empresa dedicada a la distribución de productos para uñas artificiales en San Miguel Petapa, se cumpla con todas las leyes y reglamentos que rigen la actividad comercial en Guatemala. y cumplir con

Establecer la factibilidad y rentabilidad de crear una empresa de distribución de productos para elaboración de uñas artificiales en el municipio de San Miguel Petapa.

Se recomienda llevar a cabo el proyecto, ya que de acuerdo con el estudio económico y financiero produce una atractiva rentabilidad por la inversión a realizar.



## Capítulo 9 Bibliografía

- Casia, M. (2006). Guía para la Preparación y Evaluación de Proyectos, con un Enfoque Administrativo. Guatemala: Editorial JASD,
- Código de Salud Decreto 90-97 del Organismo Legislativo.
- Constitución Política de la Republica de Guatemala, artículo 43, Libertad de industria, comercio y trabajo, Talleres gráficos de impresos, marzo 2006 .
- Decreto Número 25-71 del Congreso de la República, Ley de Registro Tributario Unificado y Control General de Contribuyentes.
- Decreto Número 26-92 del Congreso de la República, Ley del Impuesto sobre la Renta-ISR
- Decreto Número 27-92 del Congreso de la República, Ley del Impuesto al Valor Agregado-IVA.
- Decreto Número 6-91 del Congreso de la República, Código Tributario.
- Instructivo para el Desarrollo de Proyectos, AIU, enero 2008.
- Klee, O. (1997). Estadística, Guatemala: Editorial Kamar.
- Revista Amiga Prensa Libre edición septiembre 2007.
- Warren-Reeve-Fess, T. (2005), Contabilidad Administrativa. Octava edición.
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com), La Belleza.
- [www.nsimex.com](http://www.nsimex.com), Nuestra Empresa.

## GLOSARIO

**Beneficio Fiscal:** Beneficios que otorga la ley del impuesto sobre la renta.

**Tasa de Descuento:** Es la tasa de rentabilidad mínima esperada, para este proyecto se utilizó el 20% el cual sería el mínimo aceptado por los inversionistas.

**Punto de Equilibrio:** Es aquella situación en la cual una empresa produce y vende un volumen exactamente necesario que solo permite cubrir la totalidad de los costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidad ni pérdida.

**Costos Fijos:** Son aquellos costos que una empresa debe realizar independientemente del volumen de la producción, por ejemplo el alquiler de local, los seguros, sueldos de personal administrativo.

**Costos Variables:** Son aquellos costos que una empresa debe realizar para poder obtener unidades producidas, por ejemplo el costo de la tela de fabricación de ropa o el costo de operarios por unidades producidas.

**Margen de Contribución:** Es el excedente de cada quetzal de venta, una vez satisfecha la proporción de costos variables, para cubrir costos fijos y generar utilidades.

**Tip** es la uña fabricada de plástico polyflex que va pegada sobre la uña natural.

**Decoración** se refiere a la utilización de diseños, colores y formas que alteran la monotonía de una uña, para las decoraciones se pueden utilizar diversos productos, los que se utilizan son hilos, los cuales son pequeños hilos de color dorado o plateado que se colocan atravesados en la uña, gemas que son pequeñas piedrecitas colocadas sobre la uña, cintillas las cuales son encajes que se colocan atravesados sobre la uña, tercera dimensión son artes realizados con geles de colores sobre las uñas, todos estos productos de decoración son colocados antes de aplicar la última capa de acrílico o gel para que dicha decoración quede encapsulada debajo del sistema.

**Polvo de Acrílicos** natural, acrílicos que al mezclarlos producen una uña sin color

**Polvo de Acrílicos** de color, acrílicos que al mezclarlos producen una uña de color

**Monómero** es el líquido para adherir el polvo acrílico

**Primer Attract** es el líquido que sirve para que el sistema se adhiera a la placa de la uña natural

**Gel Glazen'go** es el Gel líquido para dar el recubrimiento a las uñas de Acrílico o Gel

**Sanitize** es un antiséptico sirve para descontaminar el área de la uña natural que se va a trabajar

**Cleanse** es el líquido que sirve para retirar el polvo del limado y los residuos de Gel que se adhieren a la piel

**Tips blancos, naturales, de colores**, son uñas plásticas que se colocan sobre la uña natural

**Brush Cleaner** es el líquido para limpiar pinceles después de usarlos

**Aceite Nurture** sirve para dar acabado y protección a la uña ya elaborada

**Corta Tip**, es una herramienta para cortar los Tips una vez que han sido colocados sobre la uña natural

**Dappen de vidrio**, es un recipiente que se utiliza para colocar dentro los acrílicos.

**Lámpara de rayos UV**, sirve para el secado rápido del Gel.

**Palito de Naranja**, sirve para limpiar la cutícula antes de la aplicación del Gel o Acrílico.

**Pegamento para Tips**, sirve para adherir el Tip a la uña natural mientras se realiza la aplicación del Gel o Acrílico.

**Belleza**, es un concepto o cualidad abstracta y subjetiva. Lo que es bello para algunos puede no serlo para otros. Podría definirse como la percepción sensorial cognitiva que estimula un patrón aprendido de armonía al percibir una entidad física que produce la sensación de placer-belleza.

**Salón de belleza**, es un centro o clínica donde se prestan los servicios necesarios para mejorar la imagen de una persona y hacerla sentir más bella.

**Estilista** es una persona especializada para ejercer la profesión en todos los campos de la belleza.

**Técnica en uñas** es una persona especializada en la colocación de uñas artificiales.

**Kit** es la agrupación de los productos necesarios para que una técnica en uñas pueda realizar su trabajo. Para este proyecto se definen 2 kits, el primero es el básico compuesto por los productos necesarios para realizar uñas acrílicas y de acrílico con gel; el segundo kit es el completo el cual incluye productos para la realización de uñas acrílicas, acrílico con gel, de gel, esculturales, y decoraciones diversas como hilos, gemas, cintillas, encapsulados, tercera dimensión.

**Retoque**, se llama así al servicio que se le realiza a las uñas artificiales colocadas. Este debe ser realizado cada 15 días y es debido a que la uña natural debajo de la uña artificial crece y se hace necesario cubrir la parte nueva con el mismo material de la uña artificial.

**Cutícula**, es la película de la piel delgada y delicada que se une a la base de las uñas.

## **ANEXOS**



## ANEXO 1 TABLA DE POBLACION FEMENINA URBANA

<b>CENSO 2002</b>	<b>SUB</b>		
<b>PROYECTADO</b>	<b>EMPLEADAS</b>	<b>DESEMPLEADAS</b>	<b>OCUPADAS</b>
Población Femenina Urbana	145,220	34,140	954,346
19 a 50 Años	112,782	26,014	628,230
Ninguna Instrucción	32,869	5,866	276,888
Primaria Incompleta	46,233	9,776	304,719
Primaria Completa	15,428	2,626	123,845
Secundaria Incompleta	25,361	6,954	117,117
Secundaria Completa	18,197	6,479	82,549
Superior Incompleta	3,130	894.66	21,980
Superior Completa	4,186	1,558	27,019

<b>CENSO 2002</b>	<b>SUB</b>		
	<b>EMPLEADAS</b>	<b>DESEMPLEADAS</b>	<b>OCUPADAS</b>
Población Femenina Urbana	120,116	28,238	789,368
19 a 50 Años	93,285	21,517	519,628
Ninguna Instrucción	27,187	4,852	229,022
Primaria Incompleta	38,241	8,086	252,042
Primaria Completa	12,761	2,172	102,436
Secundaria Incompleta	20,977	5,752	96,871

Secundaria Completa	15,051	5,359	68,279
Superior Incompleta	2,589	740	18,180
Superior Completa	3,462	1,289	22,348

## ANEXO 2 ESTIMADO DE VENTAS DE KITS EN UNIDADES DURANTE EL PRIMER AÑO

VENTAS EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO INCLUYE IVA	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
KIT BASICO	1,800.00	2	3	4	5	6	7	8	8	8	9	9	10
KIT COMPLETO	2,800.00	4	6	8	10	12	14	16	16	16	18	18	20

### ANEXO 3

#### VENTAS MENSUALES ESPERADAS EN VALORES DURANTE EL PRIMER AÑO

PRODUCTO	KIT		TOTAL
	KIT BASICO	COMPLETO	
<b>PRECIO</b>			
<b>UNITARIO</b>	<b>1.800,00</b>	<b>2.800,00</b>	<b>4.600,00</b>
Mes 1	3.600,00	11.200,00	14.800,00
Mes 2	5.400,00	16.800,00	22.200,00
Mes 3	7.200,00	22.400,00	29.600,00
Mes 4	9.000,00	28.000,00	37.000,00
Mes 5	10.800,00	33.600,00	44.400,00
Mes 6	12.600,00	39.200,00	51.800,00
Mes 7	14.400,00	44.800,00	59.200,00
Mes 8	14.400,00	44.800,00	59.200,00
Mes 9	14.400,00	44.800,00	59.200,00
Mes 10	16.200,00	50.400,00	66.600,00
Mes 11	16.200,00	50.400,00	66.600,00
Mes 12	18.000,00	56.000,00	74.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>142.200,00</b>	<b>442.400,00</b>	<b>584.600,00</b>



## ANEXO 4 FLUJOS NETOS PARA LOS PRIMEROS 5 AÑOS

FLUJOS NETOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		584,600.00	668,160.00	742,980.00	766,938.00	805,048.00
(-) Costo de ventas		221,504.15	256,131.70	281,513.13	296,233.34	310,953.55
Utilidad Bruta		363,095.85	412,028.30	461,466.87	470,704.66	494,094.45
(-) Gastos de Operación		194,592.40	214,051.64	235,456.80	259,002.48	284,902.73
(-) Depreciaciones		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
Utilidad Neta antes de Impuestos		166,973.44	194,176.96	222,370.37	208,190.48	205,782.42
(-) ISR a pagar		29,230.00	33,408.00	37,149.00	38,346.90	40,252.40
Utilidad Neta después de Impuestos		137,743.44	160,768.96	185,221.37	169,843.58	165,530.02
(+) Depreciaciones no desembolsados		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
<b>Flujo Neto de Fondos</b>	<b>-210.100,00</b>	<b>139,273.45</b>	<b>164,569.66</b>	<b>188,861.07</b>	<b>173,355.28</b>	<b>183,939.32*</b>

**TREMA: 20% TIR: 71% VAN: 245,071.06**

\* Incluye Q.15,000.00 de valor de rescate.

## ANEXO 5 ESTADOS DE RESULTADO PROYECTADOS LOS PRIMEROS CINCO AÑOS

<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas		584,600.00	668,160.00	742,980.00	766,938.00	805,048.00
(-) Costo de ventas		221,504.15	256,131.70	281,513.13	296,233.34	310,953.55
Utilidad Bruta		363,095.85	412,028.30	461,466.87	470,704.66	494,094.45
(-) Gastos de Operación		194,592.40	214,051.64	235,456.80	259,002.48	284,902.73
(-) Depreciaciones		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
Utilidad Neta antes de Impuestos		166,973.44	194,176.96	222,370.37	208,190.48	205,782.42
(-) ISR a pagar		29,230.00	33,408.00	37,149.00	38,346.90	40,252.40
Utilidad Neta después de Impuestos		137,743.44	160,768.96	185,221.37	169,843.58	165,530.02
(+) Depreciaciones no desembolsados		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-210.100,00</b>	<b>139,273.45</b>	<b>164,569.66</b>	<b>188,861.07</b>	<b>173,355.28</b>	<b>183,939.32*</b>



## ANEXO 6 FLUJOS NETOS LOS PRIMEROS CINCO AÑOS EN ESCENARIO DE REDUCCION DE PRECIOS EN 15%

FLUJOS NETOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		508,347.83	581,007.78	646,069.57	666,902.61	700,041.74
(-) Costo de ventas		221,504.15	256,131.70	281,513.13	296,233.34	310,953.55
Utilidad Bruta		286,843.68	324,876.09	364,556.44	370,669.27	389,088.19
(-) Gastos de Operación		190,779.79	209,857.77	230,843.55	253,927.90	279,320.69
(-) Depreciaciones		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
Utilidad Neta antes de Impuestos		94,533.88	111,218.61	130,073.19	113,229.67	106,358.19
(-) ISR a pagar		25,417.39	29,050.39	32,303.48	33,345.13	35,002.09
Utilidad Neta después de Impuestos		69,116.49	82,168.23	97,769.71	79,884.54	71,356.11
(+) Depreciaciones no desembolsados		1.530,01	3.799,70	3.639,70	3.511,70	3.409,30
<b>Flujo Neto de Fondos</b>	<b>-210.100,00</b>	<b>70,646.50</b>	<b>85,968.93</b>	<b>101,409.41</b>	<b>83,396.24</b>	<b>74,765.41</b>

**Tasa Interna de Retorno: 29%**

**Valor Actual Neto: 40,395.25**

## ANEXO 7 ENCUESTA

1. ¿En el salón, actualmente prestan servicio de elaboración de uñas artificiales?

SI	NO
<p>2. ¿Que marca de productos para elaborar uñas artificiales conoce?</p> <p>3. ¿Se siente satisfecha con la calidad y variedad que le ofrece su actual proveedor?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Muy satisfecha</li><li>• No tan satisfecha</li><li>• Nada satisfecha</li></ul> <p>¿Por qué?</p> <p>4. ¿Qué técnicas de decoración conoce?</p>	<p>6. ¿Le gustaría aprender el arte de elaborar uñas artificiales?</p> <p>SI NO</p> <p>¿Por qué?</p> <p>7. ¿Estaría dispuesta a invertir en tiempo?</p> <p>4 horas diarias durante 1 semana</p> <p>1 fin de semana completo</p> <p>2 sábados completos</p> <p>Otro:</p> <p>8. ¿Estaría dispuesta a invertir para aprender y abastecerse de producto para todos los sistemas de colocación y decoración de uñas, entre?</p>

<p>5. ¿Estaría dispuesta a asistir a un seminario taller de nuevos productos y nuevas técnicas de decoración?</p> <p>Solamente si fuera gratis</p> <p>Estaría dispuesta a pagar</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hasta Q50.00</li><li>• De Q50.00 a Q100.00</li><li>• Mas de Q100.00</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Q 500 y Q1,000</li><li>• Q1,000 y Q3,000</li><li>• Q3,000 o mas</li></ul> <p>Otro:</p> <p>9. ¿Cual es la razón por la que no se presta actualmente este servicio?</p>
---	---

10. Edad: Menor a 20 Entre 21 y 30 Entre 31 y 40 Mayor a 40

11. Es Propietaria o encargada

12. ¿Que otros servicios aparte de uñas prestan en el salón?

**ANEXO 8 TABULACION DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A 40 SALONES DE BELLEZA**

Pregunta 1	SI	NO	NO APLICA
Salones encuestados que elaboran uñas artificiales	25	15	0

Pregunta 2	OPI	STAR NAIL	IBD	OTROS
¿Qué productos para uñas artificiales conoce?	18	15	10	7

Pregunta 3	Muy satisfecha	No tan satisfecha	Nada satisfecha	NO APLICA
¿Se siente satisfecha con la calidad y variedad que le ofrece su actual proveedor?	7	17	1	15

Pregunta 4	Hilos y Cintillas	Calcomanias	Naturaleza Muerta	En capsulado
¿Qué técnicas de decoración conoce?	23	22	12	7

Pregunta 5	Solamente si fuera gratis	Hasta Q50	De Q50 a Q100	Mas de Q100	NO APLICA
¿Estaria dispuesta a asistir a un seminario taller de nuevos productos y nuevas técnicas de decoración?	7	12	4	2	15

Pregunta 6	SI	NO	NO APLICA
¿Le gustaria aprender el arte de elaborar uñas artificiales?	12	3	25



Pregunta 7	4 horas diarias durante 1 semana	1 fin de semana completo	2 sábados completos	Otro	NO APLICA
¿Estaría dispuesta a invertir en tiempo?	7	1	2	2	28

Pregunta 8	Q 500 y Q 1,000	Q 1,000 y Q 3,000	Q 3,000 o mas	NO APLICA
¿Estaría dispuesta a invertir para aprender y abastecerse de producto para todos los sistemas de colocación y decoración de uñas, entre?	7	3	2	28

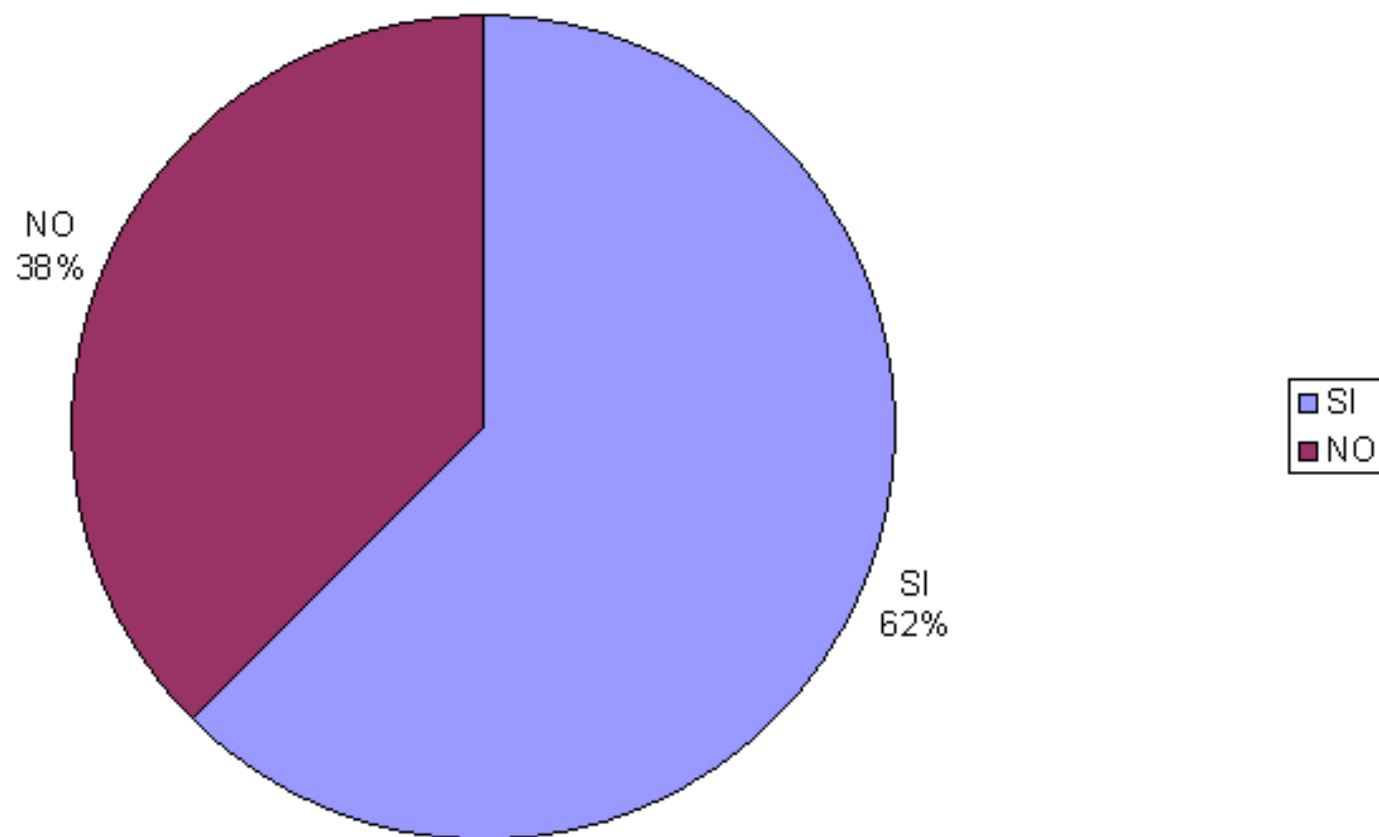
Pregunta 9	NO HA VISTO LA NECESIDAD	INVERSION GRANDE RENDIMIENTO PEQUEÑO	DA MUCHOS PROBLEMAS CON LOS CLIENTES	NO HA TENIDO OPORTUNIDAD DE APRENDER ESTE PROCESO	NO APLICA
¿Cual es la razón por la que no se presta actualmente este servicio?	3	2	2	8	25

Pregunta 10	Menor a 20	Entre 21 y 30	Entre 31 y 40	Mayor a 40
Rango de Edad de las Entrevistadas	2	17	11	10

Pregunta 11	Encargada	Propietaria
Es Propietaria o encargada	18	22

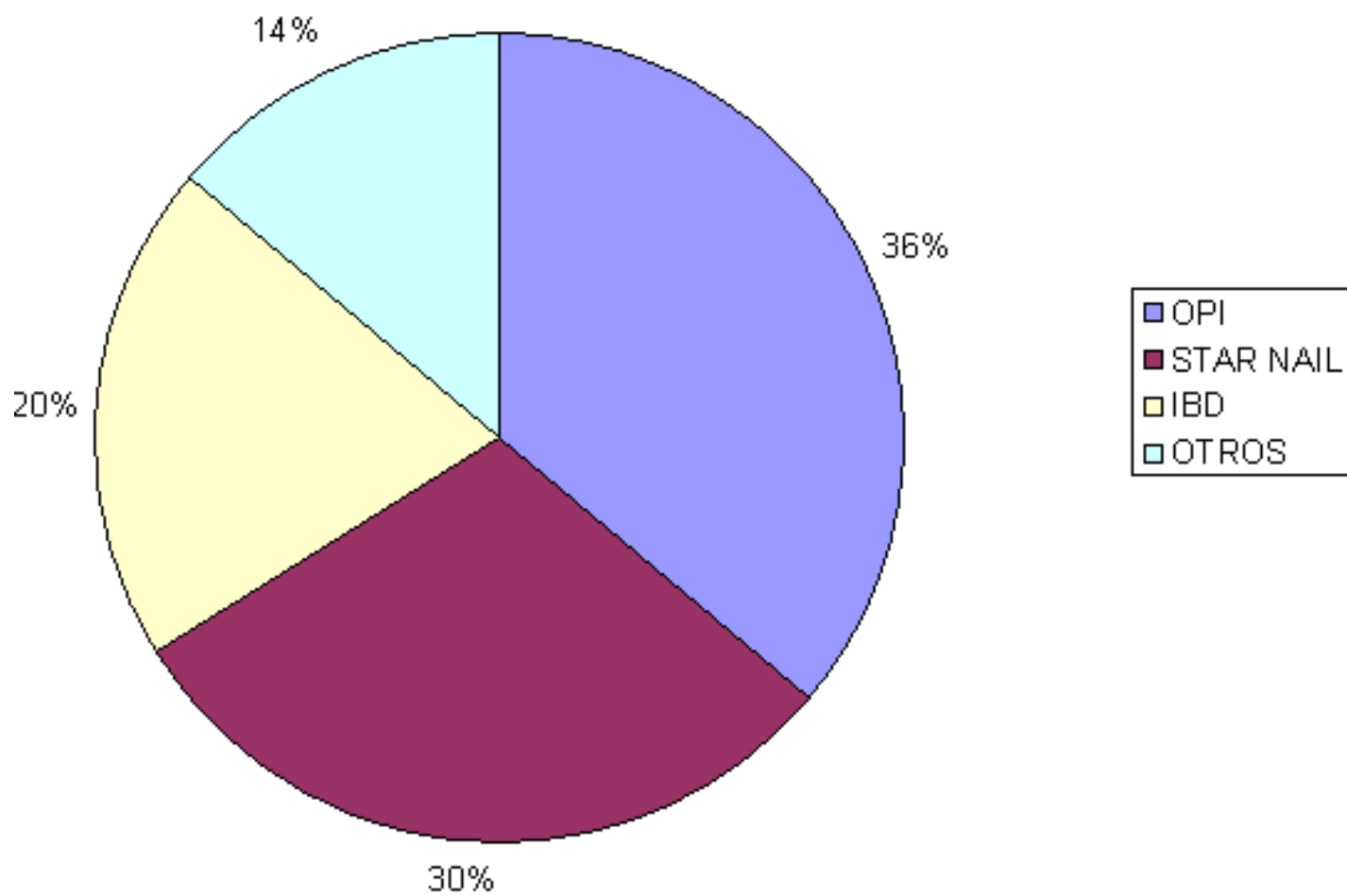
Pregunta 12	Todo para el Cabello	Masajes	Cursos	Depilacion
¿Que otros servicios aparte de uñas prestan en el salón?	40	37	12	36

Pregunta 1: Salones encuestados que elaboran uñas artificiales, base 40  
Respuesta: 62% Si elaboran uñas artificiales; 38% no prestan el servicio

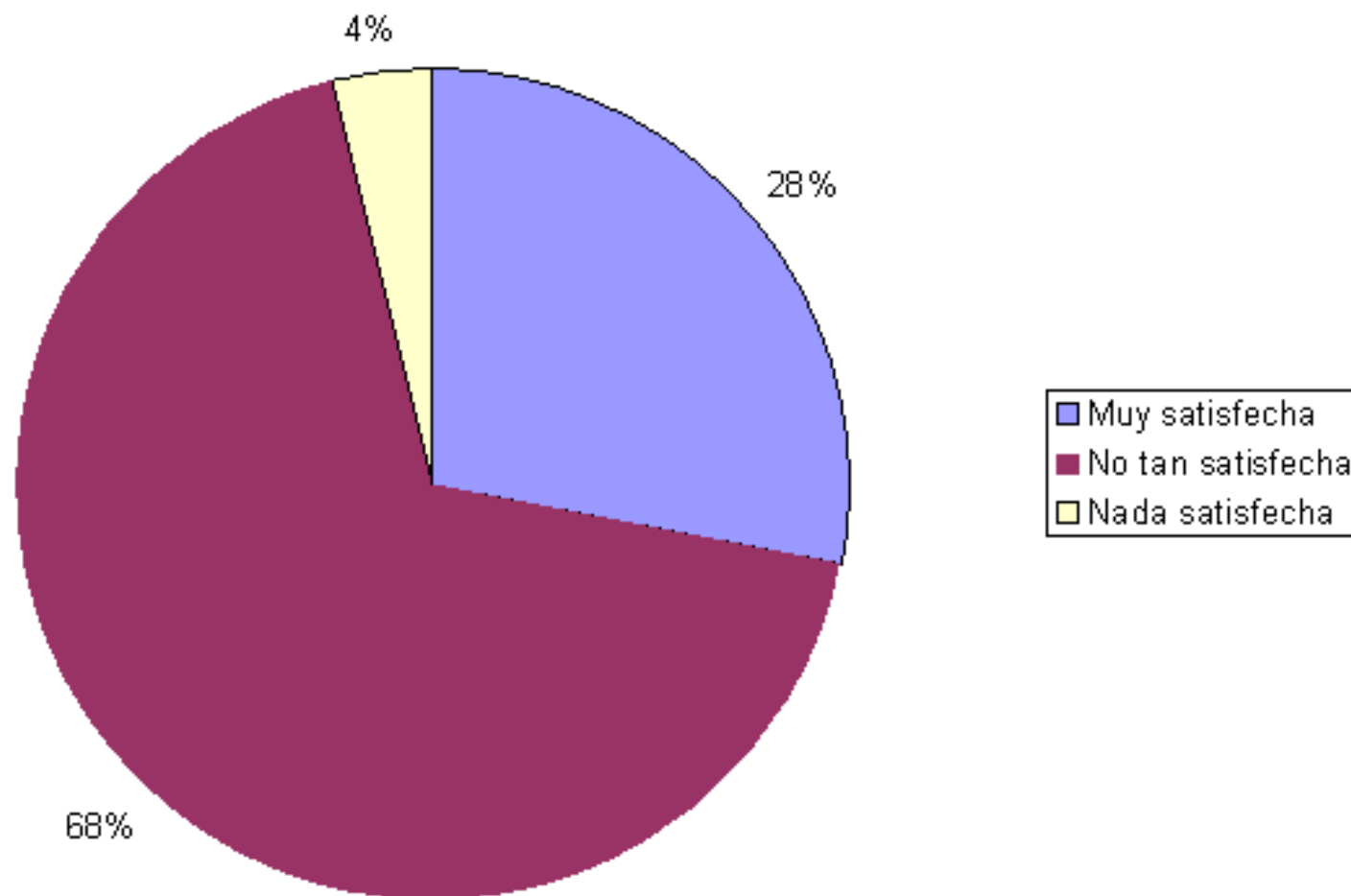




Pregunta 2 ¿Qué productos para uñas artificiales conoce? Base 25  
Respuesta: OPI es la marca mas conocida, seguida por Star Nail

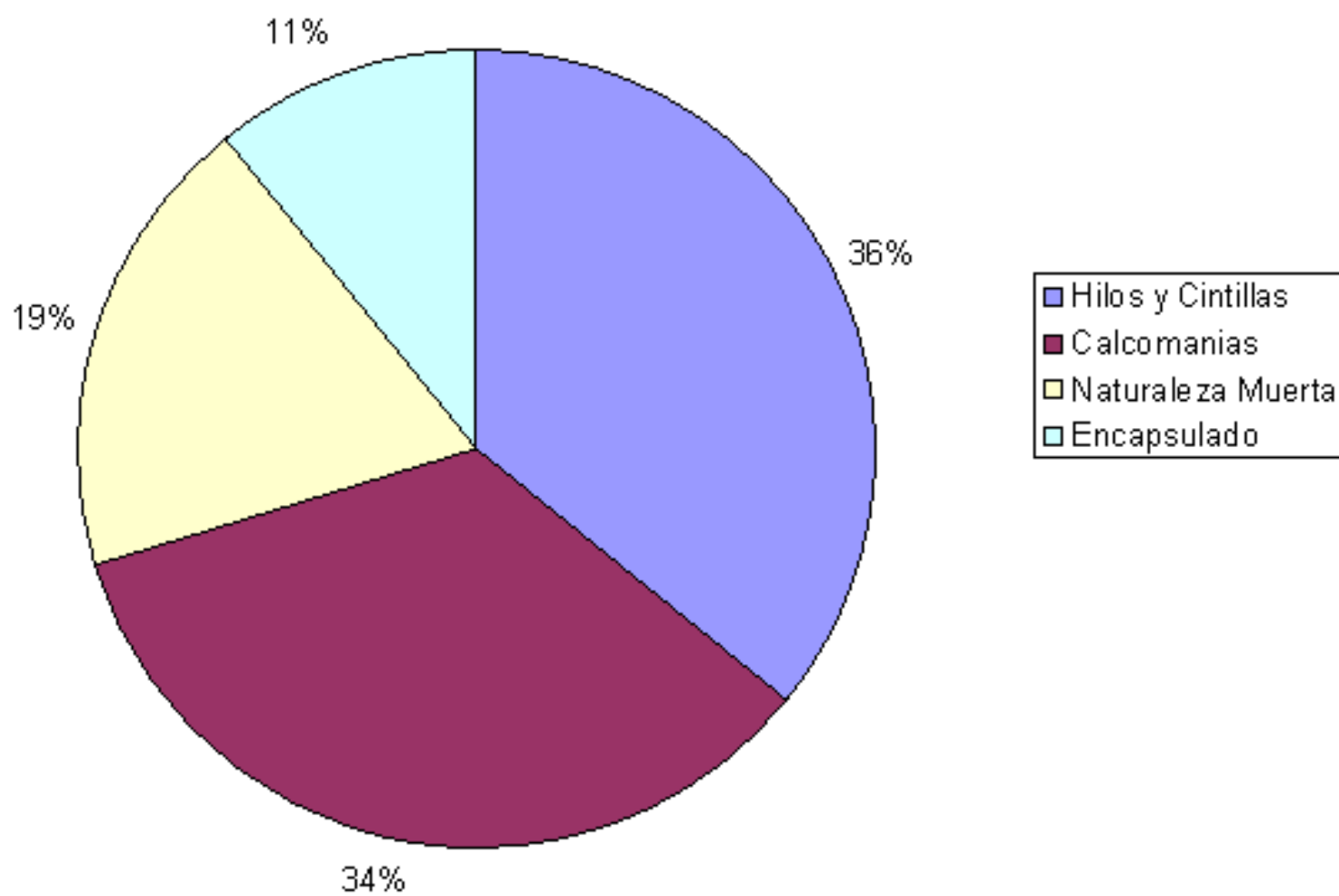


Pregunta 3 ¿Se siente satisfecha con la calidad y variedad que le ofrece su actual proveedor? Base 25  
Respuesta: 68% no están tan satisfecha con el producto que actualmente utilizan, 28% está satisfecha con el producto que actualmente utilizan.



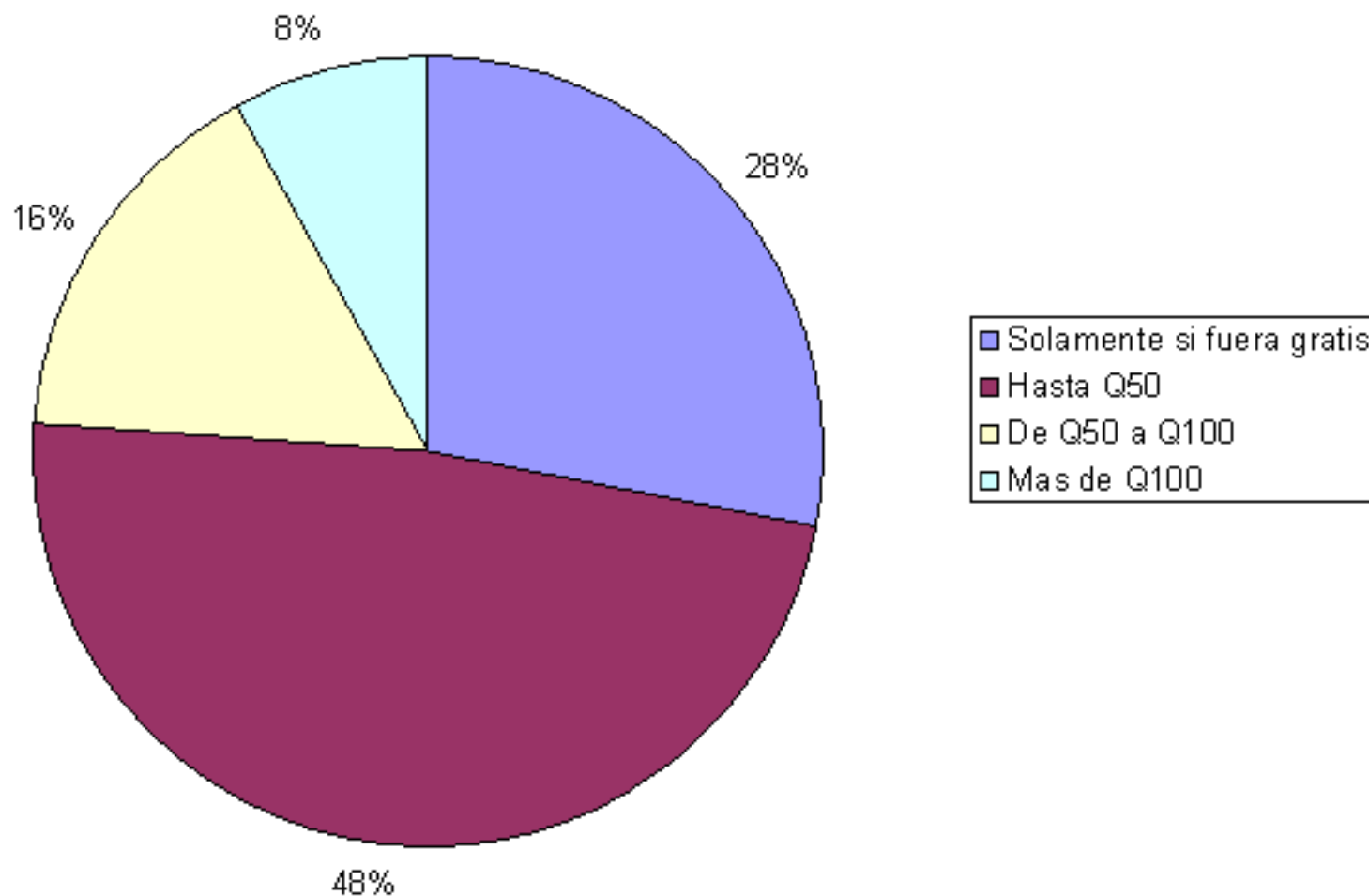
Pregunta 4 ¿Qué técnicas de decoración conoce? Base 25

Respuesta: Hilos y cintillas es la decoración mas conocida, seguida por las calcomanias, el encapsulado es poco conocido

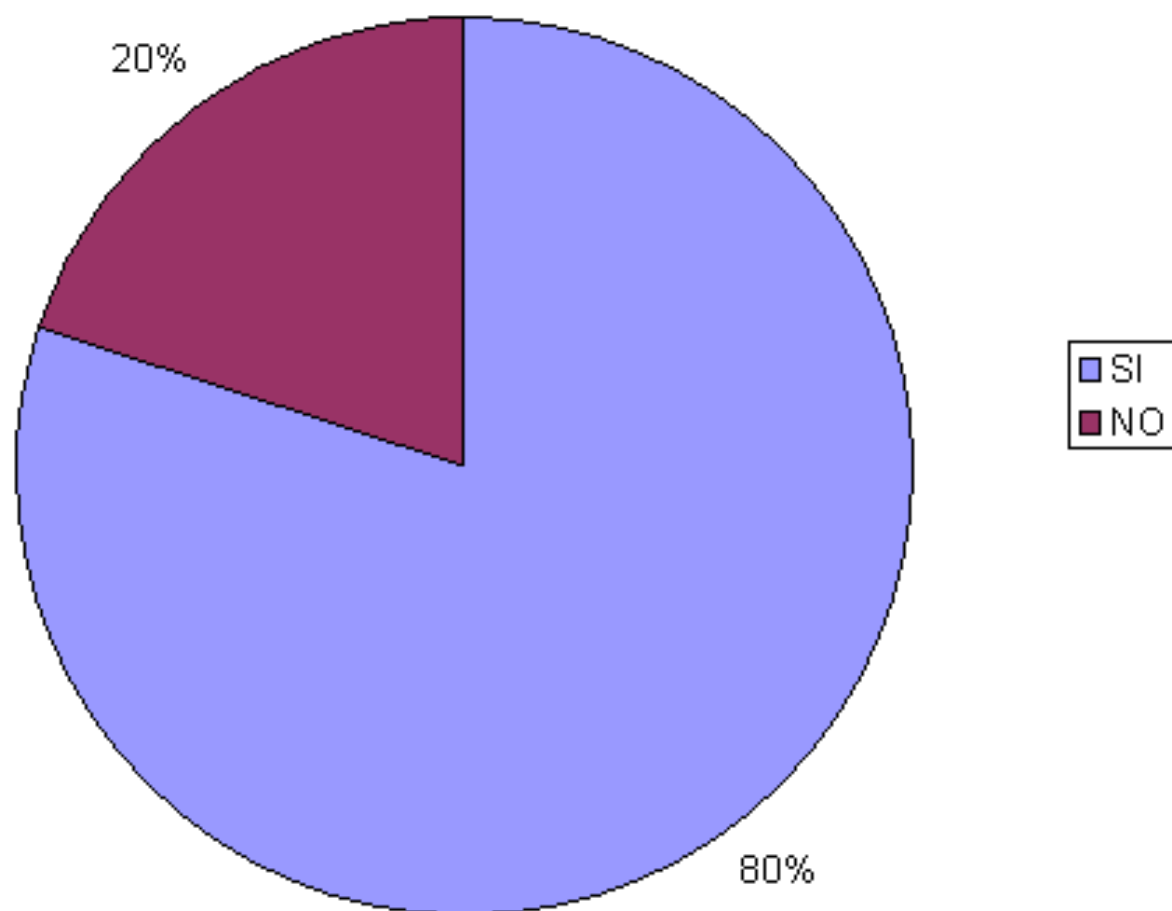


Pregunta 5 ¿Estaría dispuesta a asistir a un seminario taller de nuevos productos y nuevas técnicas de decoración? Base 25

Respuesta: la mitad de las encuestadas no desea pagar mas de Q50 para aprender nuevas técnicas en decoración.

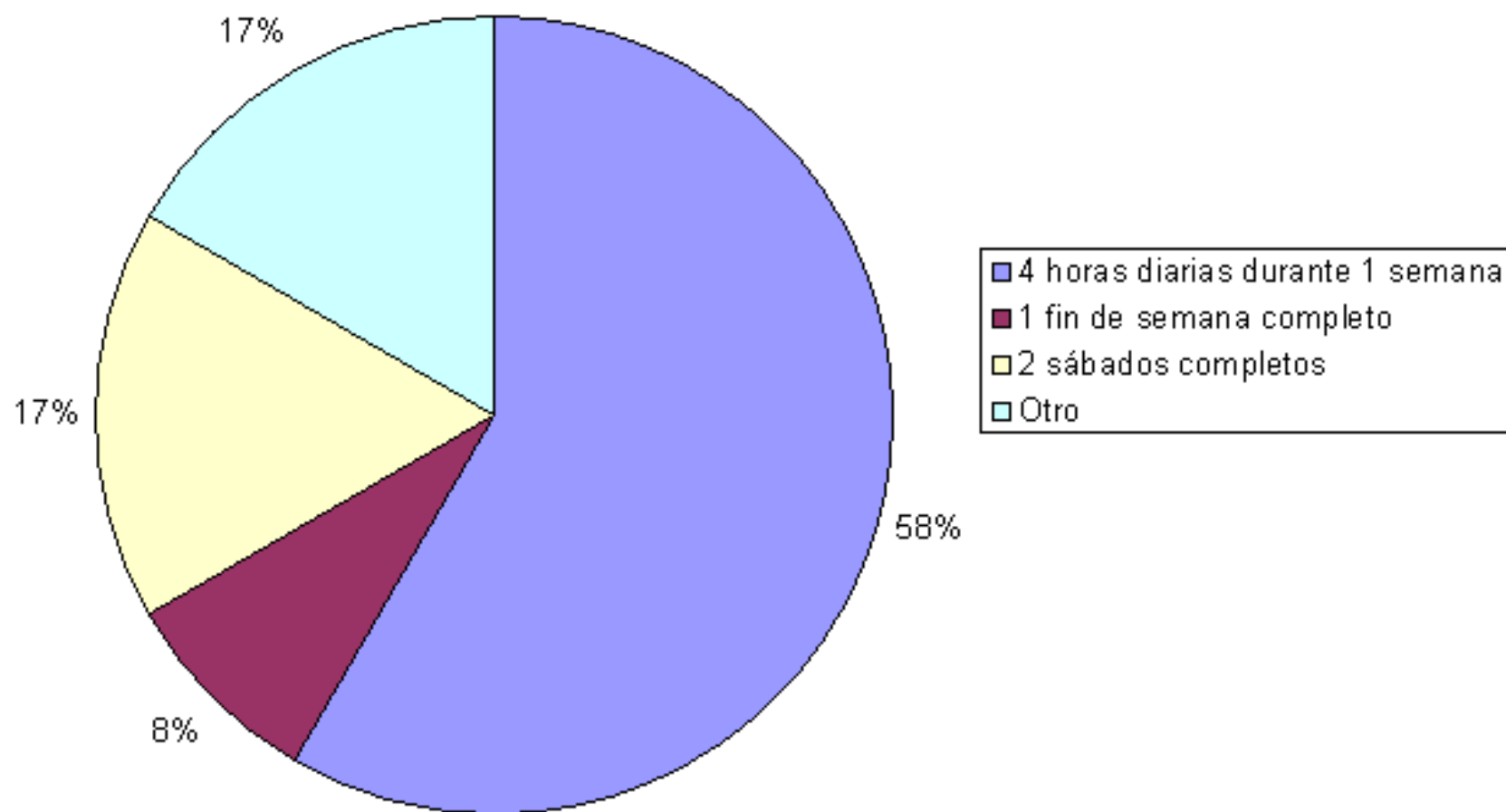


Pregunta 6 ¿Le gustaría aprender el arte de elaborar uñas artificiales? Base 15  
Respuesta: el 80% de encuestadas Si desea aprender el arte de elaborar uñas artificiales.

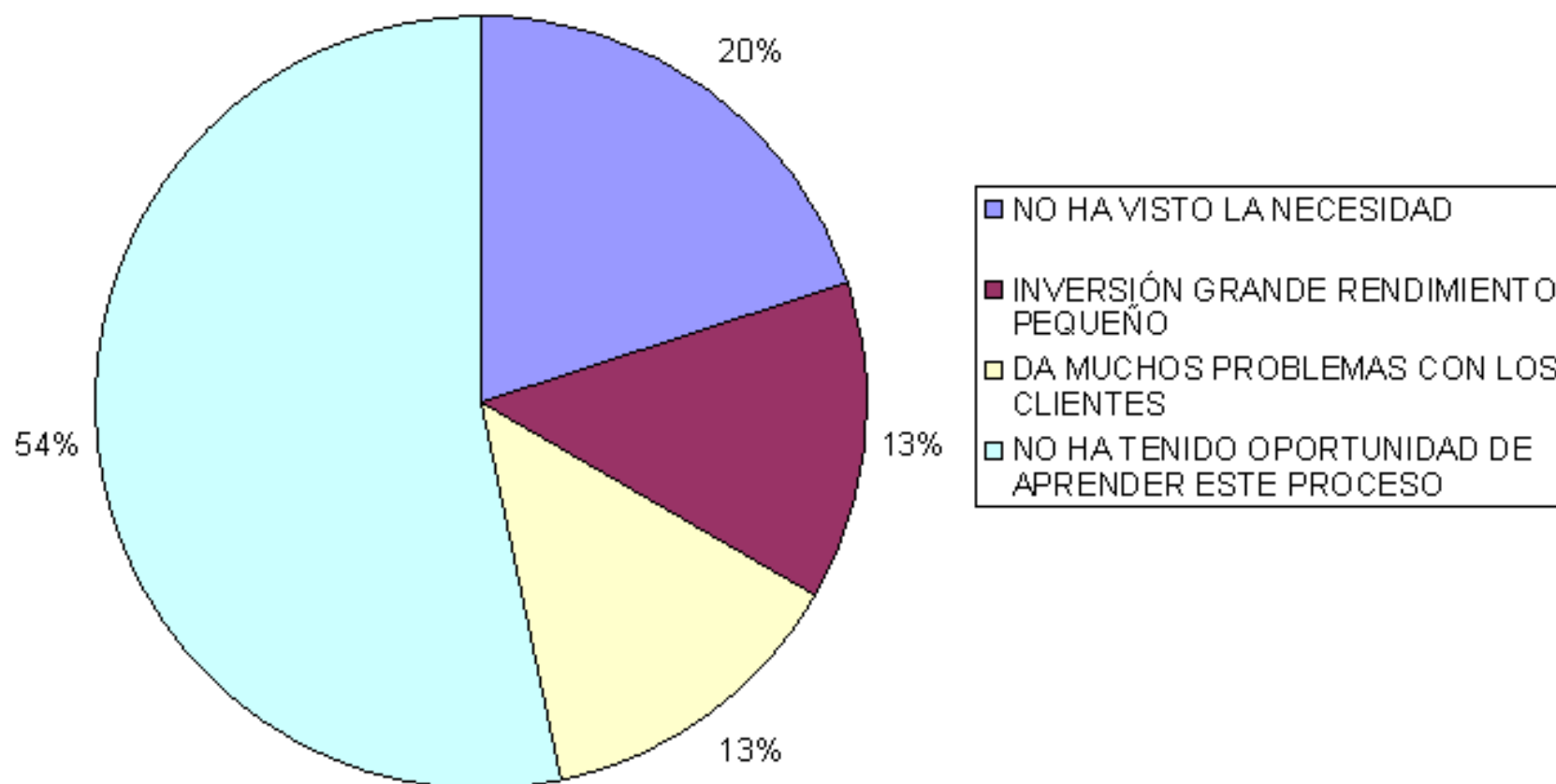


Pregunta 7 ¿Estaría dispuesta a invertir en tiempo? Base 12

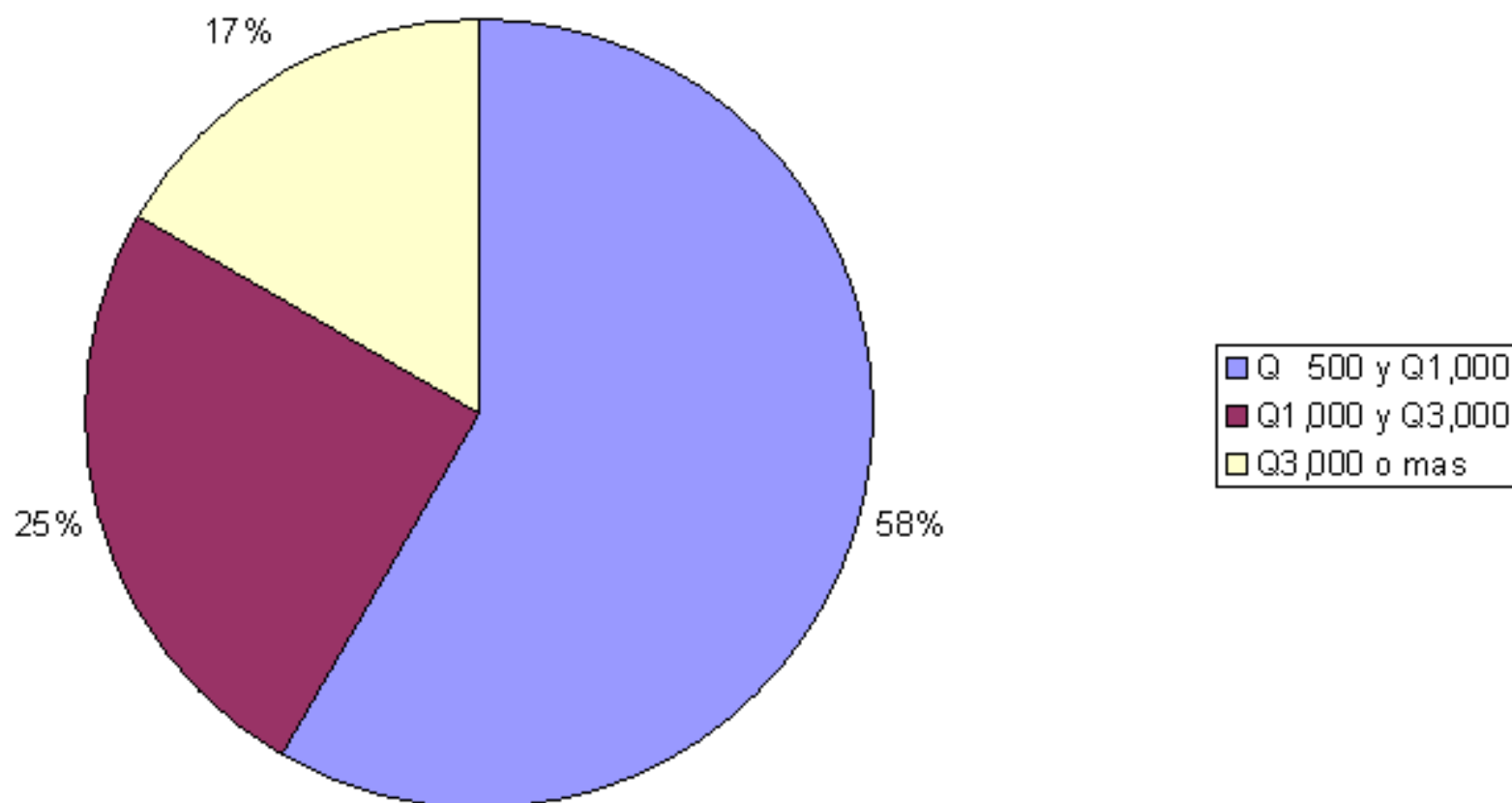
Respuesta: mas de la mitad desean recibir capacitación en días habiles durante 1 semana



Pregunta 8 ¿Cual es la razón por la que no se presta actualmente este servicio? Base 15  
Respuesta: más de la mitad de encuestadas indica que no ha tenido oportunidad de aprender la elaboración de uñas artificiales.

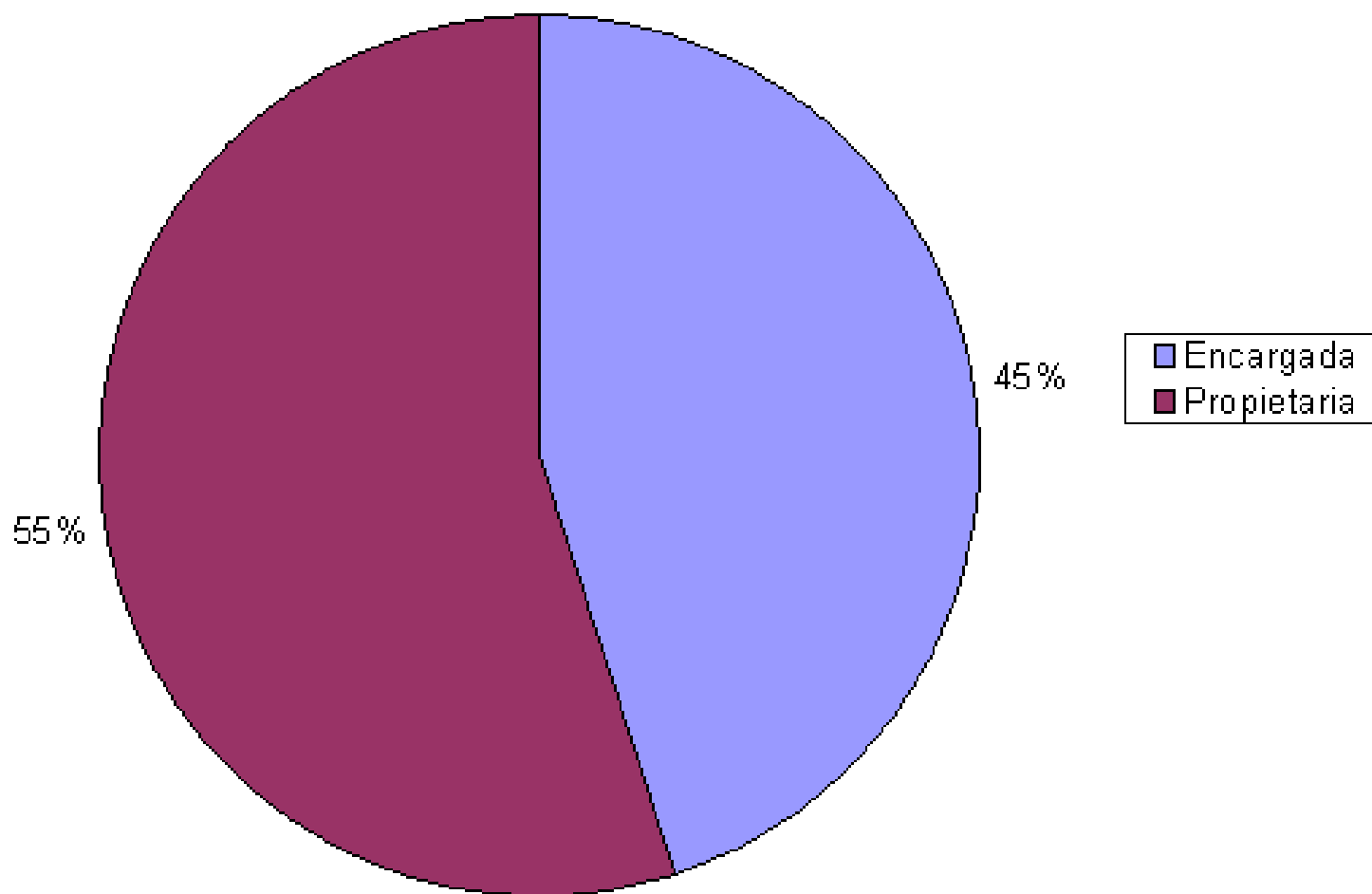


Pregunta 9 ¿Estaría dispuesta a invertir para aprender y abastecerse de producto para todos los sistemas de colocación y decoración de uñas, entre? Base 12  
Respuesta: Mas de la mitad no desea invertir mas de Q.1,000

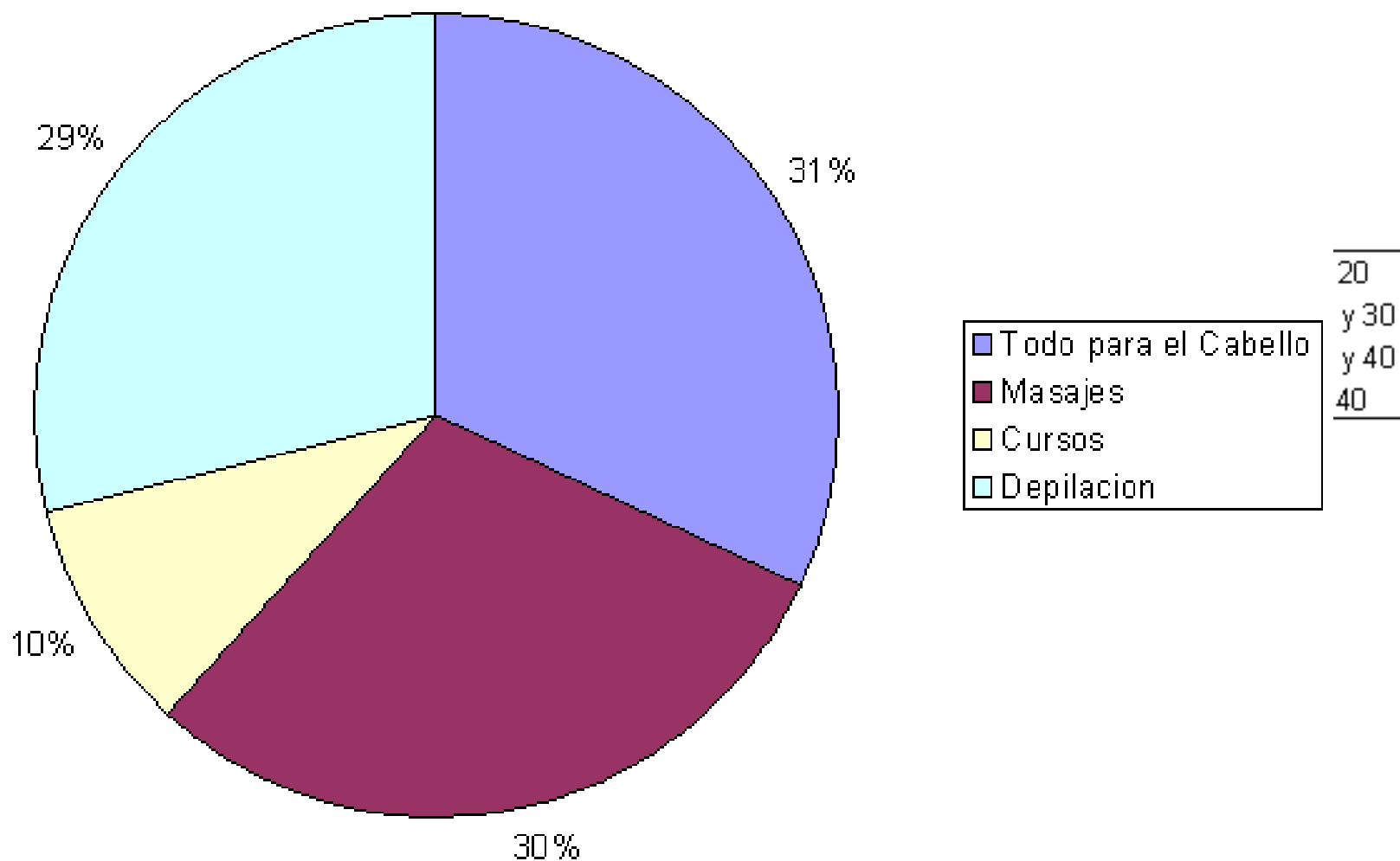




Pregunta 10 Es Propietaria o encargada base 40  
Respuesta: 45% son encargadas y 55% son propietarias



Pregunta 12 ¿Que otros servicios aparte de uñas prestan en el salón? Base 40  
Respuesta: El servicio comun entre todos los encuestados es el servicio de todo para cabello.







## **ANEXO 8 PLANO DE DISTRIBUCION DE AMBIENTES**