

**Plan de Negocios Para la Creación de un Salón de Belleza Especializado en el
Cabello Rizado en Malta**

Karen Mayerly Arrieta Gordillo

Facultad de Administración de Empresas, Universidad Santo Tomás

Opción de grado

26 de Mayo de 2023

Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo	6
<i>Justificación</i>	<i>6</i>
<i>Problema</i>	<i>10</i>
<i>Objetivos del plan</i>	<i>11</i>
<i>Descripción Preliminar del Producto o Servicio.....</i>	<i>11</i>
<i>Metodología.....</i>	<i>11</i>
<i>Análisis Actual y Futuro del Sector.....</i>	<i>13</i>
Planeación Estratégica.....	14
<i>Misión</i>	<i>14</i>
<i>Visión</i>	<i>14</i>
<i>Objetivos estratégicos.....</i>	<i>14</i>
<i>Filosofía del negocio</i>	<i>15</i>
<i>Know how.....</i>	<i>15</i>
Concepto del producto o servicio	15
<i>Presentación detallada del servicio</i>	<i>15</i>
<i>Marca.....</i>	<i>18</i>
<i>Imagen.....</i>	<i>18</i>
<i>Logo.....</i>	<i>19</i>

Estudio de mercado	19
<i>Presentación de resultados de la metodología.....</i>	<i>19</i>
<i>Análisis de la demanda</i>	<i>23</i>
<i>Nicho del mercado</i>	<i>23</i>
<i>Determinación del precio.....</i>	<i>24</i>
<i>Pronostico de ventas.....</i>	<i>26</i>
Plan de Mercado	34
<i>Estrategia de promoción.....</i>	<i>34</i>
<i>Publicidad Marketing Mix</i>	<i>35</i>
<i>Fidelización</i>	<i>41</i>
<i>Postventa</i>	<i>42</i>
Estudio de operaciones	44
<i>Descripción y formalización del proceso.....</i>	<i>44</i>
<i>Distribución de planta.....</i>	<i>46</i>
<i>Costos de producción.....</i>	<i>47</i>
<i>Inversiones de infraestructura</i>	<i>49</i>
<i>Activos fijos.....</i>	<i>50</i>
Estudio organizacional	53
<i>Estructura organizacional.....</i>	<i>53</i>
<i>Perfiles de cargo.....</i>	<i>54</i>

<i>Manual de funciones</i>	56
<i>Requisitos legales del proyecto</i>	61
<i>Mecanismos de liderazgo</i>	65
<i>Indicadores de gestión</i>	65
Estudio financiero	67
<i>Recursos</i>	67
<i>Presupuestos</i>	67
<i>Flujo de caja</i>	68
<i>Estados financieros</i>	68
<i>Indicadores de evaluación financiera</i>	69
Conclusiones y recomendaciones	69
Bibliografía	70

Índice de tablas

Tabla 1	22
Tabla 2 Precio Promedio Por Servicio.....	24
Tabla 3 Precio Establecido.....	25
Tabla 4 Demanda de Servicio	26
Tabla 5 Capacidad Instalada año 1.....	28
Tabla 6 Capacidad Instalada Año 2.....	29
Tabla 7 Capacidad Instalada Año 3.....	30
Tabla 8 Capacidad Instalada Año 4	31

Tabla 9 Capacidad Instalada Año 5.....	32
Tabla 10 Pronostico de Ventas	33
Tabla 11 Inversión Para Ampliación	34
Tabla 12 Gastos Fijos Mensuales.....	47
Tabla 13 Salario	48
Tabla 14 Lista de Insumos	49
Tabla 15 Costos de Adecuación	50
Tabla 16 Activos Fijos	50

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Distribución de Planta.....	46
Ilustración 2 Impuestos en Malta 2023.....	62

Resumen Ejecutivo

Justificación

Para comprender la necesidad de la creación de un salón de belleza especializado en rizos en Malta se requiere dar un vistazo a la historia del cabello rizado, la motivación que impulsa cada día a más mujeres a realizar una transición a hacia un estilo natural y el efecto que tiene esta decisión, más allá de un aspecto aparentemente banal, pero como un mecanismo de empoderamiento y acercamiento a las raíces.

A través de la historia el cabello ha jugado un papel importante que trasciende lo estético, usado como un elemento diferenciador ya sea de clase social o determinada comunidad o cultura y estos efectos han dejado huella en la memoria de la humanidad. Estos efectos los podemos ver reflejados en los estándares de belleza o la creencia de que existen estéticas más adecuadas que otras (Venegas Arévalo, 2022).

Para hablar de estándares de belleza es importante hablar del racismo científico en donde acuerdo a (Tucker, 2020) ciertas características físicas como el color de piel, textura del cabello y la forma del cráneo determinan una superioridad racial, de allí surge la creencia de que existe un tipo de cabello *bueno* y *malo*, en donde el cabello considerado como *bueno* son aquellos cabellos largos, suaves y manejables propios de un estándar eurocéntrico y cualquier tipo de cabello que se aleje de este estándar es considerado como cabello *malo*. Esta creencia tiene origen en el periodo de la colonización, ya que como menciona Walter Mignolo (2012) El mundo se configuró de acuerdo a centros de poder y colonia, los conocimientos y discursos europeos se presentaron como verdades universales, este discurso, aunque rechazado, aún les da forma a los estándares de belleza actuales.

De acuerdo a lo anterior surge la necesidad de muchas mujeres de recurrir a técnicas químicas o mecánicas que modifiquen temporal o permanentemente la estructura de su cabello, de esta forma acercarse a un ideal estético el cual está profundamente arraigado en nuestro subconsciente gracias en parte a los medios de comunicación, el mercado y el contexto laboral, tal cual como Marcela Uceda afirma:

El cabello liso, brillante y con volumen controlado se asocia con la belleza, la feminidad, la limpieza, a la elegancia, la disciplina y hasta el mismo profesionalismo, como contraparte el cabello rizado, en particular, es un cabello socialmente visto como un problema, como algo que debe ser disciplinado y modificado, que no puede permanecer en su estado natural (Uceda, 2022, pág. 20)

Al ser el cabello lacio el cabello con mayor demanda, la industria de la belleza y los medios de comunicación han dejado a un lado el cabello rizado generando escasez de información, productos especializados, y profesionales capacitados en tratar este tipo de cabello. A pesar de que hoy en día existen centros especializados en el cuidado del cabello rizado alrededor del mundo, este no es el caso de Malta al ser una tendencia relativamente nueva por lo cual, para muchas mujeres que viven o visitan la isla por un periodo superior a un mes solo queda una salida, y es optar por uno de los dos métodos para alisar el cabello.

El primero de estos métodos y más popular es el alaciado mecánico el cual consiste en romper los enlaces de hidrogeno de la fibra capilar atreves del calor, ya sea un secador de pelo o plancha manual y desafortunadamente la repetición constante de esta técnica puede afectar las conexiones fuertes de la fibra capilar (Uceda, 2022).

El segundo método y con creciente popularidad es el cepillo progresivo o comúnmente conocido como keratina o alisado brasileño. Este promete alisar el pelo de forma permanente y solo se necesita realizar un retoque a medida que el cabello crece.

El cepillo progresivo o keratina usa como uno de sus compuestos principales la formalina, sustancia considerada potencialmente carcinogénica y es dañina para el cuerpo humano. El contacto de la formalina con la piel puede causar picor, irritación, enrojecimiento, quemaduras y descamación en el cuero cabelludo, adicionalmente el humo o vapor producido por la sustancia puede causar náuseas, vomito, dolor de cabeza, quemaduras en los ojos, tos y falta de aire, afectando las membranas mucosas y otras partes del sistema respiratorio. (Uceda, 2022, pág. 208).

Según un estudio realizado por la universidad de Oxford en el 2022, las mujeres que usan alisadores químicos están más propensas a desarrollar cáncer de útero y otros cánceres relacionados con las hormonas, ya que hay una rápida absorción a través del cuero cabelludo y se acelera al existir quemaduras o lesiones provocadas por el químico. (Che-Jung Chang, et al. 2022)

Otro punto importante a tratar sobre estos procesos es que son costosos, extremadamente laboriosos que requiere de horas invertidas en el salón de belleza ya sea este un proceso químico o mecánico y es necesario que sea realizado periódicamente. A lo cual Marcela Uceda afirma:

Es relativamente común que algunas de las mujeres partidarias o ex-partidarias de productos químicos afirmen sentirse o haberse sentido esclavizados o dependientes del alisado del cabello en algún momento en su vida. La dependencia o la esclavitud en relación con el químico salta a primera vista, al hecho de que las personas tienen que organizar parte de su vida cotidiana en torno a la agenda de mantenimiento y cuidado del cabello. (Uceda, 2022, pág. 212).

En el libro *Beauty sick*, Renee Engeln (2017) afirma: “la enfermedad de la belleza o por alcanzar estándares establecidos roba el tiempo de las mujeres, energía, dinero y tiempo de las personas con las que queremos estar y la vida que queremos vivir” (pág. 199).

Muchas son las razones por las cuales las mujeres están optando por un cabello natural ya sea preocupación por la salud, ahorro de tiempo y dinero o como afirma Uceda:

Un acto de empoderamiento es una actitud feminista. El argumento está relacionado con la idea de recuperar el control sobre el propio cuerpo y valorarlo, y la impugnación de los estándares de belleza prevalecientes, sentidos como artificiales y opresores (Uceda, 2022, pág. 23).

Dejar de alisarse el cabello, a la vista de muchos interlocutores, significa cuestionar un estándar de belleza racista y sexista y (re)aprender a mirarse en el espejo y cuidar su apariencia de otras maneras, respetando y valorando la textura natural del cabello. Se trata de confrontar la idea de que solo el cabello lacio y “comportado” (con volumen) y friz controlado es hermoso, elegante y profesional, trayendo referencias más amplias de belleza, elegancia y profesionalismo para mujeres. (Uceda, 2022, pág. 213).

En el año 1999 Lorraine Massey estilista británica especializada en el cabello rizado, lanzo una guía para el cabello rizado llamada *Curly girl, the handbook*, el cual más que una guía es un método de su autoría el cual se ha convertido en un referente mundial, en el cual se basan muchos de los productos y métodos para el cuidado del cabello rizado hoy en día.

De acuerdo con Massey (1999), la mayoría de los shampoos, acondicionadores y cremas para peinar en el mercado contienen agentes limpiadores tales como, sodium lauryl sulfate, ammonium laureth sulfate o sodium laureth sulfate los cuales son agentes espumosos usualmente encontrados en detergentes para la ropa o la loza y lo que los hace tan efectivos es que cortan la grasa efectivamente. Por otra parte, el cabello necesita retener sus agentes naturales para proteger el cuero cabelludo, eliminar por completo estos aceites es eliminar del cabello la humedad, aminoácidos y anticuerpos; esto hace ver el cabello seco y sin vida.

Entonces la pregunta es, ¿Cómo mantener un cabello limpio, acondicionado y estilizado sin usar ingredientes dañinos para el cabello? Massey encontró la respuesta y creo una línea de productos que descartan estos elementos y los reemplaza por aceites, aminoácidos y elementos botánicos que eliminan la suciedad, suavizan y estilizan el cabello. Este método creo un estándar

seguido por muchas compañías que crean productos para cabello rizado y gracias a la educación que proporcionan especialistas como Massey más personas están empezado a leer las etiquetas de sus productos y hacer elecciones consientes.

Junto con la guía de cuidado capilar Massey incluye una guía de como cortar el cabello rizado dependiendo de su tipo, ya que existe una gran variedad de cabello rizado dependiendo de la onda o porosidad y este debe ser cortado teniendo en cuenta esos factores, adicionalmente debe hacerse en seco para tener una mejor visibilidad del largo y forma esperada, que, de cortarse mojado, se obtendría un resultado totalmente diferente.

Problema

A pesar de que en la isla de Malta existe una amplia oferta de servicios profesionales para el cuidado del cabello, no existe un establecimiento especializado en el cabello rizado y los salones convencionales no ofrecen servicios enfocados en este tipo de cabello natural, incluso a pesar de que existen los salones de belleza étnicos, ellos se especializan principalmente en servicios de alisado mecánico o químico, lo cual crea una problemática por un lado para las mujeres que no saben cuidar de su cabello rizado ante la desinformación o nula oferta de dichos servicios y por otro para las turistas, estudiantes y migrantes que solían tener acceso a este tipo de servicios en sus países de origen y no lo pueden encontrar en Malta.

La nula oferta de este tipo de servicios se origina en parte desde la misma educación que ofrecen las academias de belleza, luego de una revisión del pensum en las principales academias en Malta tales como Top brands, BeautyTech, London Academy y Malta Beauty Academy no se evidencia contenido en los cursos basicos o especializados sobre como cortar tinturar y estilizar el cabello rizado, razón por la cual cuando una persona rizada asiste a cualquier salón de belleza en la isla no podra encontrar un estilista con el conocimiento especifico y recibira un servicio estándar y recordemos, el estandar es tener cabello liso, por lo cual la usuaria terminara con un

resultado lejos de lo esperado, se le aplicarán productos erróneos para su tipo de cabello y no podrá recibir un asesoramiento adecuado.

Objetivos del plan

Objetivo General

Evaluar la viabilidad de la creación de un salón de belleza especializado en cabello rizado localizado en la ciudad maltesa de San Gwan.

Objetivos Específicos

Elaborar el estudio de mercado mediante la utilización de información primaria y secundaria y con el fin de determinar la demanda del plan de negocios propuesto.

Elaborar el estudio técnico con el fin de determinar procesos operativos, demanda de insumos y de personal calificado, al igual que la mejor localización de este proyecto

Elaborar el estudio financiero mediante el cálculo de los ingresos y egresos esperados y los respectivos indicadores de rentabilidad

Descripción Preliminar del Producto o Servicio

Tutti Curly no es un salón de belleza convencional, es un centro especializado para cabellos ondulados, rizados y afro en donde nuestros clientes contarán con servicios básicos de peluquería tales como corte, tintura, definición, procesos de transición, asesoramiento tratamientos capilares y peinados para ocasiones especiales todo bajo el método Curly Girl el cual es una guía para el cuidado general del cabello rizado, el cual contiene técnicas de corte de cabello, estilizado y mantenimiento.

Metodología

Para la elaboración de este plan de negocios se desarrolla bajo la metodología descriptiva. Consiste en describir una situación real mediante la observación sistémica valiéndonos de

preguntas a una muestra de personas capaces de proporcionar la información deseada, es un método ideal para responder a preguntas desconocidas (García Sanz & Martínez Clares, 2012, pág. 102). En el caso específico de este proyecto se desea conocer la viabilidad de un salón de belleza para rizos en la ciudad maltesa de San Gwan. A su vez esta investigación es de carácter cuantitativo ya que cumple con las características de objetividad y representación maestra el cual intenta cuantificar, medir y graduar los fenómenos y su intensidad.

La metodología diseñada para abordar este proyecto empresarial se divide en:

Oportunidad de mercado

Para el desarrollo del proyecto fue importante resolver la pregunta de si existe un mercado real, su tamaño, que problema específico se estaría resolviendo con el servicio a ofrecer y las necesidades específicas de la población, para lo cual se realizó una investigación tomando en base diversas fuentes en donde se identifica el origen del problema, la forma en cómo se aborda en la actualidad y los actores involucrados.

Producto y competencia

Para poder determinar el servicio a ofrecer, sus características y precio, fue necesario realizar una investigación de la competencia tomando en base los principales participantes del mercado, adicionalmente se realiza una encuesta de mercado la cual ayuda a visualizar la posible demanda de servicio, preferencias, ubicación y precio.

Estrategia de marketing

La tercera parte de esta metodología parte del estudio de mercado en el cual se analiza la demanda y se delimita el nicho de mercado por medio censos, información oficial demográfica he investigaciones científicas que nos aportan un estimado de la población específica a la cual se dirige el producto, todo esto para continuar con el desarrollo de una estrategia de marketing que

se adecue a las características del mercado, servicio a ofrecer y este acorde con las tendencias actuales de mercadeo y marketing digital.

La última etapa de la metodología consiste en el desarrollo de un pronóstico de financiero en el que se visualice las posibles ventas, costos, gastos administrativos, activos y capital a invertir.

Análisis Actual y Futuro del Sector

El proyecto Tutti Curly, al ser un centro de belleza que ofrece servicios de peluquería pertenece a una combinación del sector retail y subsector del cuidado personal.

Malta es un pequeño país en el mediterráneo con una población de 519.562 personas de acuerdo al último censo realizado en el 2021 (National statistic office, 2022), adicionalmente a las personas que residen en malta de forma permanente, el país posee un fuerte sector del turismo que se encuentra en crecimiento. De acuerdo con un informe publicado por el banco central de Malta, el país fue visitado por 2,3 millones de turistas en el 2022 y se espera un crecimiento de 3 a 3.5 millones para el año 2023 según el informe de estrategia nacional de turismo 2021-2023. (Central bank of Malta, Inbound Tourism by Nationality, 2023)

La economía maltesa es próspera y cerró el año 2022 con un PIB equivalente a 15 miles de millones de euros y según el banco central de malta se espera un crecimiento 4.5 % para el año 2023 y 3.7% en el 2024. Con relación al valor neto añadido, al finalizar el año 2022 Malta registro un crecimiento de 13,6 % equivalente a 7.2 billones de euros, este crecimiento fue en gran parte gracias al sector de los servicios el cual contribuyó 12.5 %, es decir 92% del crecimiento total. (Central bank of Malta, 2022)

Los datos anteriores están estrechamente relacionados con la cantidad de licencias nuevas que se otorgaron a nuevos establecimientos de servicios en el 2022, que según el banco central de Malta en su informe de permisos para comercios y establecimientos sociales se

otorgaron un total de 955 licencias al sector retail y oficinas lo cual equivale a un 35% más que el año anterior (Central bank of Malta, 2023).

De acuerdo con el banco central de Malta, la tasa de incremento de empleo pasó de 5.4% a 3.3% y se espera que la tasa de desempleo para el año 2024 sea de 3.2% lo que se considera relativamente baja.

Planeación Estratégica

Misión

Ofrecemos a las personas con cabello rizado un tratamiento y cuidado alternativo cuyo objetivo no es ocultar esta característica, sino destacarla como un atributo bello de este grupo étnico. Tutti Curly se preocupa por la salud capilar de sus clientes y por lo tanto no utiliza productos que deterioren su cabello.

Visión

En el año 2028 Tutti Curly será reconocida como la empresa líder en el tratamiento y cuidado del cabello rizado en el país de Malta y su presencia en esta actividad contribuirá a la transformación del concepto de belleza de este grupo étnico

Objetivos estratégicos

Para el año 2027 se espera una utilidad operacional semestral de 17.000 euros y una utilidad neta semestral de 11.000 euros

Para el año 2029 se espera que el activo se aproxime a 90.000 euros con un patrimonio de 70.000 euros

Objetivos operacionales

En el primer año se espera que la cantidad de servicios del salón solicitados por los clientes sean mínimo 120 servicios mensuales y para el año 200 servicios mensuales

Filosofía del negocio

No existe el *pelo malo*, solo incomprendido.

En Tutti Curly creemos que todos los cabellos y personas son diferentes, lo cual es sinónimo de único y especial y es justo eso lo que los hace hermosos. Gracias a esta creencia en Tutti Curly estamos comprometidos a brindar un espacio seguro tanto para nuestras clientes como trabajadores en donde la inclusión, aceptación, amor propio y rechazo a los estándares establecidos sean la base de nuestro servicio.

Know how

Con el fin de garantizar la calidad del servicio los estilistas recibirán capacitaciones virtuales y presenciales por parte de especialistas en el cuidado del cabello rizado y recibirán un manual de procedimientos en el cual se detallen los pasos a seguir dependiendo de cada tipo de cabello rizado, esto con el fin de estandarizar los procedimientos y asegurar un óptimo resultado en cada servicio.

La capacitación sobre como cortar, estilizar, tinturar y otro tipo de servicios especializados para cabello crespo ha sido cotizada con el estilista e influencer especializado en cabello rizado Jean Pierre Fernández, el cual aceptó la invitación a la capacitación de manera virtual y presencial. (Jean Pierre Fernandez, 2023).

Concepto del producto o servicio

Presentación detallada del servicio

Servicio de Peluquería

En el estudio nuestros clientes contarán con la asesoría y servicio de profesionales capacitados en el cuidado del cabello rizado, todos los servicios se venderán de forma individual o en paquete.

Corte en seco

Corte de cabello de cualquier longitud y textura, el corte de cabello se realiza de acuerdo a la forma, largo y volumen deseado por el cliente.

La principal ventaja e cortar el cabello rizado en seco consiste en apreciar el cabello en su forma y longitud real, de esta manera se puede realizar el corte con mayor precisión, manteniéndolo intacto durante más tiempo y conseguir una ilusión de volumen. (Massey, 1999, pág. 169)

Colorimetría

El cabello rizado por forma requiere de un diseño de color que cree efectos de volumen, profundidad y transición para lograr un efecto natural y estético. Las técnicas y productos utilizados para este proceso están diseñados para reducir el daño en la fibra capilar. (Massey, 1999, pág. 206)

Base raíz a punta

Tintura sobre base natura o que requiera decoloración de un solo tono desde la raíz a la punta

Balayage o iluminaciones

El objetivo del balayage es crear Luces altas y bajas a mano alzada creando un degrade hacia la punta del cabello. Esta técnica es usada principalmente para iluminar el cabello, darle profundidad y su principal ventaja es que se difumina con el color natural del cabello en la raíz por lo cual es una técnica de bajo mantenimiento. (Massey, 1999, pág. 208)

Terapia de rizos

El cabello rizado tiende a ser seco y propenso a quebrarse más que otros tipos de cabellos, por lo cual es esencial realizar mascarillas para aportar vitaminas, proteína y hidratación para mantenerlo saludable con forma y sin friz. La terapia de rizos se realiza aplicando una mezcla de tratamientos de acuerdo a las necesidades de cada tipo de cabello, este servicio es complementario a otros servicios principales.

Se realizarán tres tipos de mascarillas: Hidratante, Nutritiva y reparadora.

Definición y peinado

La definición es un proceso en donde se le da forma y dirección al rizo aplicando crema para peinar y gel del cual posteriormente se seca a temperatura media con difusor y se rompe la textura del gel con un aceite. Existen 2 técnicas para realizar la definición de acuerdo al tipo de cabello y resultado deseado ya sea volumen, definición, acabado natural o peinado profesional. (Massey, 1999, págs. 81,87,96,111,133)

Estas técnicas son:

- Pulsing
- Finger coil

Peinados especiales

Esta es una alternativa para lucir un cabello elegante para ocasiones especiales sin el uso de planchas o pinzas de calor.

Medio recogido

Peinados elegantes con el 50% del cabello recogido o menos.

Recogido total

Peinados elegantes con más del 50% del cabello recogido

Marca

Tutti Curly

El nombre de este proyecto se deriva de la palabra en italiano Tutti que significa Todo, Y Curly que significa rizo en inglés. La idea de este nombre surgió debido a que el Idioma Maltés es una combinación de italiano, árabe e inglés, a su vez incluir la palabra Tutti en el nombre de este emprendimiento tiene como intención principal generar un sentimiento de inclusión ya que existen muchos tipos y patrones de cabello rizado.

Imagen

Tipografía

La tipografía seleccionada es Cinzel en mayúscula y transmite elegancia y simplicidad.

Paleta de colores

Verde: Hace referencia a los productos limpios libre de químicos dañinos para el pelo, evoca tranquilidad y un estilo natural.

Morado: Significa feminidad

Logo



Slogan

Embrace your curls, embrace your roots.

El eslogan de Tutti Curly invita a las mujeres a acercarse a las raíces por medio del amor propio y específicamente a el amor a el cabello natural, rompiendo estereotipos y generando un cambio positivo en sus vidas.

Estudio de mercado

Presentación de resultados de la metodología

Con el objetivo de conocer el mercado al cual se dirige este proyecto, se realiza una encuesta de mercado la cual nos permite identificar la situación actual del mismo, dándonos datos relevantes y útiles para determinar el tipo y tamaño del nicho y sus necesidades.

Esta encuesta fue dirigida y contestada por personas con cabello ondulado, crespo o afro y fue distribuida a través de grupos en redes sociales. Esta encuesta tuvo un total de 52 respuestas. Para visualizar la encuesta por favor dirigirse al siguiente link:

<https://forms.gle/BehxvompYQf2s92t7>

¿Lleva su cabello en su estado natural y si no es así, quisiera hacerlo?

Con esta pregunta descubrimos que el 19% de la muestra no lleva el cabello de forma natural, es decir utilizan un proceso químico o mecánico para alterar su apariencia sin embargo el 80% de esta misma población quisiera transicional su cabello a su estado original como se observa en la figura 1 y 2 a continuación.

Figura 1

¿ Lleva su Cabello en Estado Natural?

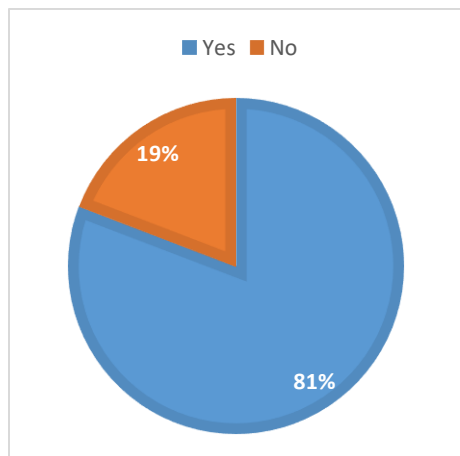
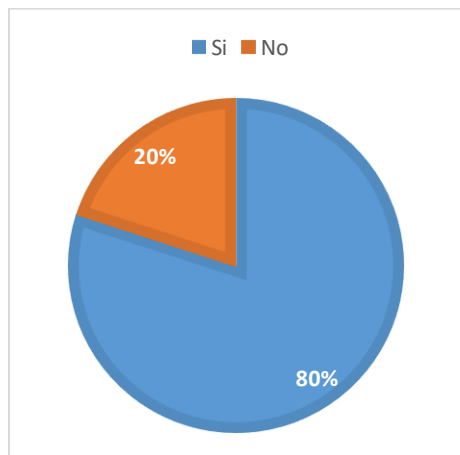


Figura 2

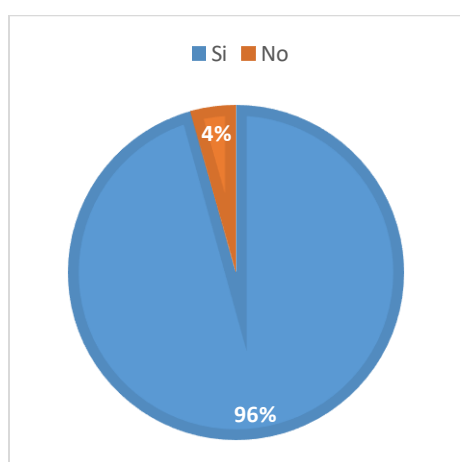
¿Le Gustaría Llevarlo de Forma Natural?



De la población que lleva el cabello de forma natural que equivale al 81%, el 96% de esa población no atiende o conoce de algún salón de belleza o estilista privado que se especialice en el cabello rizado como se observa en la figura 3.

Figura 3

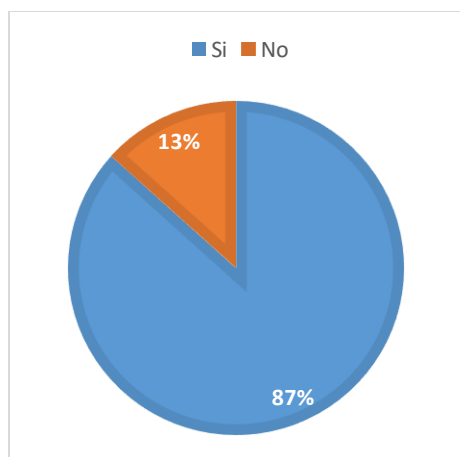
¿Asiste a un Salón Especializado?



La pregunta que nos aporta el dato más valioso de la encuesta de mercado hace referencia a si desearía asistir a un salón de belleza especializado en risos a lo cual genero una respuesta positiva del 86.7% tal como lo muestra la figura 4, con lo cual podemos concluir que existe una alta demanda para una necesidad que no está siendo cubierta.

Figura 4

¿Asistiría a un Salón para Rizos?



Por último, es importante saber específicamente cuales son los servicios más solicitados los cuales se pueden apreciar en la tabla 1, y que locación es más conveniente para nuestros clientes potenciales para lo cual los resultados de la encuesta indican que la zona central es la locación de preferencia o facilidad para el 65% de la población encuestada. Esta zona la comprenden las ciudades de Attard, Balzan, Birkirkara, Gzira, Ilkin, Lija, Msida, Pietá, St Julians, Santa Venera, Sliema, Ta,Xbiex y San Gwan, siendo esta ultima la ciudad en donde se ubicará en salón de belleza.

Tabla 1

Demanda de Servicios de Peluquería

Servicio	%
Corte de cabello	78%
Color de raíz a puntas	24.4%
Definir y estilizar el cabello	65.9%
Balayage o highlights	43.9%

Terapias intensivas de hidratación, nutrición o reconstrucción.	75.6%
Peinados para ocasiones especiales	31.7%
Productos y herramientas especializados para cabello rizado	80.5%

Análisis de la demanda

Demográfica

De acuerdo con el último censo realizado en el año 2022 (office, 2022) la población total de Malta es de 480.275 habitantes de los cuales 249.541 son mujeres. De la población total de mujeres 6.889 de ellas viven en la ciudad de San Gwan con una edad promedio de 42 años. San Gwan ha sido elegida como locación de este proyecto.

Económica

De acuerdo con el departamento para las relaciones de industria y empleo en Malta (DIER, 2023) el salario mínimo en Malta corresponde a 192.73 € a la semana, es decir 770.92 € mensuales, sin embargo el salario promedio de la población en general es igual a 1.651 € de y para las mujeres es de 1.542 €. (National Statistics Office, 2021)

Nicho del mercado

Los servicios de peluquería están disponibles para todas personas de cualquier edad en el territorio maltés, sin embargo, el nicho específico de mercado lo componen Mujeres y niñas entre los tres años y 60 años de edad localizados en San Gwan La población a la cual va dirigida este producto y servicio es a mujeres y niñas principalmente con cabello rizado y ondulado entre los 5 años a los 80 años localizados en San Gwan perteneciente a la región central de Malta. Dicha población la componen 6.889 mujeres, sin embargo, este servicio va dirigido

específicamente a mujeres con cabello rizado, ondulado o afro. Para poder obtener el dato de esta población cito el artículo publicado por el diario americano de genética humana (Medland, y otros, 2009) donde afirma que las personas con herencia europea son 40% con cabello ondulado y 15% rizado. Adicionalmente se revisa el estudio de fenotipo capilar de ADN publicado por la sociedad real de publicaciones y escrito por especialistas de la universidad de ciudad del cabo donde aseguran: “ De un estudio considerable de fenotipo capilar de ADN parece que más del 50% del cabello fibras de Europa, África, Asia (incluidas las del Medio Oriente, Oriente y Occidente) y mezcladas Las poblaciones exhiben algún grado de rizo” (Cloete, P. Khumalo, & Ngoepe, 2019).

Con la información presentada anteriormente podemos concluir que la población rizada ondulada o afro en el área de San Gwan corresponde a 3.444 mujeres que corresponde a la mitad de la población femenina de la ciudad, ya que como se menciona anteriormente como mínimo el 50% de la población presenta algún tipo de ondulación y de acuerdo a la encuesta de mercado realizada para este proyecto, el 87.7 % de esa población estaría interesada en visitar un salón de belleza especializado en rizos dando un total de 2.546 mujeres como nicho total.

Determinación del precio

La determinación del precio se ha determinado en base a al promedio de los principales salones de belleza los cuales se presentan a continuación en la tabla numero 2:

Tabla 2

Precio Promedio Por Servicio

Servicio	Privé Salón	Dean Gera Salón	Elena Salón	Hair Heaven Salón	Promedio
Corte	25€	22€	35€	9€	27€

Estilizado	22€	26€	20€	10.5€	23€
Tintura Base completa	45€	50€	48€	18€	48€
Balayage o Highlights	145€	145€	145€	60€	145€
Terapia	20€	22€	40€	7€	27€
Peinados	45€	45€	45€	30€	45€

Los datos anteriores se toman a partir del catálogo de servicios ofrecido por los 4 salones de belleza más importantes localizados en la zona central de Malta los cuales son, Dean Gera, Heaven Hair, Privé Salon and Elena Salon.

Dada la información recolectada, la política de precios se establece a partir de la primicia de no superar el valor promedio de la competencia, los precios están sujetos a la cantidad de cabello por lo que se presenta un precio promedio quedando de la siguiente manera:

Tabla 3

Precio Establecido

Servicio	Precio por servicio
Corte de cabello en seco	20€

Terapia intensiva	20€
Definición	20€
Balayage	135€
Peinados especiales	36€
Color raíz a punta	35€

Paquetes:

Corte y terapia intensiva: 37 €

Corte, terapia y definición: 56€

Tintura, corte, terapia y definición: 185 €

Pronostico de ventas

Para la formulación del pronóstico de ventas se usó la información de la encuesta para determinar el porcentaje de demanda para cada servicio de la siguiente manera:

Tabla 4

Demanda de Servicio

Servicio	Respuestas	Servicio
Corte de cabello	30	24€
Terapia intensiva	30	24€
Definición	26	21€

Balayage	17	14€
Peinado	12	10€
Color Raíz	9	7€
<hr/>		
Total	124	100€
<hr/>		

El siguiente paso es determinar la capacidad instalada para cada año para lo cual se determina de la siguiente forma:

Tabla 5*Capacidad Instalada año 1*

Ítem	Cantidad
Estilistas	3
Días laborales	martes a sábado 10 am a 5 pm, Domingo 10 am 3 pm
Horas de atención semanal	7h
Hora de atención Domingo	5h
Horas de atención semanal	40h
Horas de atención mensual	160h
Capacidad laboral semanal	120h
Capacidad laboral mensual	480h
Tiempo de servicio promedio	2h
Servicio promedio mensual	240h
Servicios promedio diario	10

Tabla 6*Capacidad Instalada Año 2*

Ítem	Cantidad
Estilistas	4
Días laborales	martes a sábado 10 am a 5 pm, Domingo 10 am 3 pm
Horas de atención semanal	7h
Hora de atención Domingo	5h
Horas de atención semanal	40h
Horas de atención mensual	160h
Capacidad laboral semanal	160h
Capacidad laboral mensual	640h
Tiempo de servicio promedio	2h
Servicio promedio mensual	320h
Servicios promedio diario	13

Tabla 7*Capacidad Instalada Año 3*

Ítem	Cantidad
Estilistas	5
Días laborales	martes a sábado 10 am a 5 pm, Domingo 10 am 3 pm
Horas de atención semanal	7h
Hora de atención Domingo	5h
Horas de atención semanal	40h
Horas de atención mensual	160h
Capacidad laboral semanal	200h
Capacidad laboral mensual	800h
Tiempo de servicio promedio	2h
Servicio promedio mensual	400h
Servicios promedio diario	17

Tabla 8*Capacidad Instalada Año 4*

Ítem	Cantidad
Estilistas	6
Días laborales	martes a sábado 10 am a 5 pm, Domingo 10 am 3 pm
Horas de atención semanal	7h
Hora de atención Domingo	5h
Horas de atención semanal	40h
Horas de atención mensual	160h
Capacidad laboral semanal	240h
Capacidad laboral mensual	960h
Tiempo de servicio promedio	2h
Servicio promedio mensual	480h
Servicios promedio diario	20

Tabla 9*Capacidad Instalada Año 5*

Ítem	Cantidad
Estilistas	7
Días laborales	Lunes a sábado 8 am a 8 pm, Domingo 10 am 6 pm
Horas de atención semanal	7h
Hora de atención Domingo	5h
Horas de atención semanal	40h
Horas de atención mensual	160h
Capacidad laboral semanal	280h
Capacidad laboral mensual	1120h
Tiempo de servicio promedio	2h
Servicio promedio mensual	560h
Servicios promedio diario	23

Tabla 10*Pronostico de Ventas*

Periodo	Julio 2024 – Julio 2025	Agosto 2025- Julio 2026	Agosto 2026- Julio 2027	Agosto 2027- Junio 2028	Julio 2028 – Julio 2029
Numero De Servicios	2340	3102	4350	4873	6282
%	0%	33%	40%	12%	29%
Ingresos Totales	95,509 €	138,631 €	214,496 €	263,205 €	353,213 €
%	0%	45%	55%	23%	34%
Capacidad laboral mensual	480h	640h	800h	960h	1120h
%	0%	33%	25%	20%	17%
Estilistas	3	4	5	6	7

Adicionalmente se calcula la inversión necesaria para la ampliación basada en la base de datos de activos con un incremento de inflación de 10% anual.

Tabla 11*Inversión Para Ampliación*

Fecha	Mobiliario	Insumos	Adecuación	Total
Julio 2025	470.50€	84.60€	60€	615.10€
Julio 2026	517.55€	93.05€	66€	679.60€
Julio 2027	569.31€	102.36€	72.60€	744.26€
Junio 2029	626.24€	112.60€	79.86€	818.69€

Plan de Mercado**Estrategia de promoción*****Precio por paquete***

Para mayor rentabilidad del cliente los servicios se pueden tomar por paquete de a uno, dos o tres servicios de tal manera que el valor total del paquete sea inferior a si se contratara cada servicio a parte.

Concursos

Cada tres meses se realizará un *give away* por medio de redes sociales en el cual se regalará un paquete completo que incluye corte, terapia y definición. Las reglas de este concurso constan de seguir la página en redes sociales, etiquetar en un comentario a una persona con el

cabello rizado, ondulado o afro y compartir la publicación en una historia. El objetivo principal de esta estrategia es captar mayor público y generar reconocimiento de marca.

Promociones de temporada

Se realizarán promociones para fechas especiales por un periodo limitado como por ejemplo el día de la Madre, final del verano, y año nuevo.

Día de la madre: Precios especiales para madre e hija que asistan a la peluquería en la semana previa al día de la madre.

Final de verano: Con el final del verano es momento de realizar una terapia capilar para recuperar el daño realizado por el sol y el agua del mar, por lo cual se tendrán precios especiales para dicho servicio por un periodo de una semana.

Publicidad Marketing Mix

Producto

Servicios especializados: A diferencia de la oferta de servicios en la isla, Tutti Curly ofrece un servicio especializado en el cabello rizado cubriendo una amplia gama de servicios como corte, tintura, hidratación y definición, todos estos servicios respetan el método Curly girl lo que lleva a un resultado satisfactorio.

Corte: Este servicio se realiza con el cabello seco rizo a rizo lo que permite visualizar el resultado final de una forma clara a diferencia de las técnicas convencionales usando el cabello mojado. Otra diferencia clave es la creación de volumen lo cual es el objetivo opuesto que por lo general buscan estilistas en salones convencionales.

Definición: Cuando se asiste a un salón de belleza convencional, es usual finalizar un corte de cabello o tintura con un alaciado mecánico para dar un acabado profesional al servicio. La opción más común para las personas de cabello rizado, además de alaciar el cabello es aplicar un producto estilo espuma y realizar *scrunch* o pulsaciones alrededor del cabello, estos

productos generalmente brindan una apariencia acartonada y sin brillo al cabello sin mencionar que no se realiza una técnica de definición adecuada lo cual da como resultado un cabello sin vida, definición, textura desagradable y mucha friz.

En Tutti Curly se utilizarán productos adecuados para el cabello rizado que aporten un acabado natural y duradero en el cabello de la siguiente forma:

Crema para peinar: Se aplica una crema para peinar que este acorde con las necesidades de cada cabello.

Técnica de definición: El cabello se estiliza por medio de una de dos técnicas de definición siendo pulsing la primera la cual otorga al cabello definición y volumen de una forma natural, y la segunda; finger coil, la cual forma los rizos uno a uno y da un acabado con menos volumen y rizos más definidos.

Gel de definición: Este gel se aplica posterior a la técnica de definición, ayudando a controlar el friz y prolongando la duración de la definición.

Secado: El cabello se seca utilizando un secador con difusor a temperatura baja y velocidad media para evitar afectar negativamente el cabello y generar friz.

Aceite: Luego del secado se rompe la rigidez del cabello que deja el gel de definición, esta técnica se realiza haciendo pulsaciones con aceite de argán para evitar el friz.

Terapias de hidratación, nutrición y reparación: Es importante devolverle al cabello la suavidad, hidratación y nutrientes que necesita no solo después de algún tipo de tratamiento de color, pero también periódicamente ya que la calidad del agua de Malta, piscinas, sol y agua de mar afectan el cabello principalmente si este es rizado debido a su textura natural, el cual tiende a ser más seco que otro tipo de cabellos. Para lo cual se utilizan productos de alta calidad libre de siliconas, sulfatos e ingredientes nocivos para el cabello, este producto se activa por medio de

calor utilizando gorros especializados para este fin y aplicando calor externo para una mejor penetración del producto.

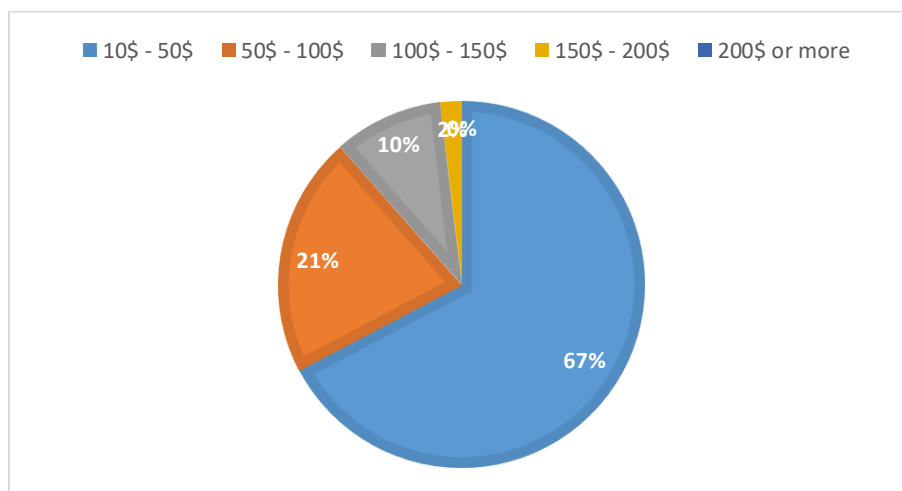
Color: Cambiar el color del cabello es un proceso traumático para el cabello sin importar el tipo de producto que se utilice, especialmente si se realiza una decoloración, por lo cual el objetivo es garantizar que se hace el menor daño posible a las fibras capilares, y esto solo se consigue por medio de productos seguros, de buena calidad y utilizados por medio de técnicas profesionales. Cuando de dar color al cabello se trata, se busca dar movimiento y resaltar los rizos por lo cual el estilista debe buscar la forma de cumplir este objetivo respetando la forma del rizo y su patrón de esta forma obtener el resultado esperado.

Precio

Para poder establecer el precio, se tuvieron en cuenta dos factores. El primero, fue la encuesta de mercado realizada por redes sociales y el segundo un análisis de los precios de la competencia lo cual arrojó los siguientes resultados:

Figura 5

Gasto Mensual En Servicios de Salón



De acuerdo con este resultado, el 67% de la población encuestada, gasta de 10€ a 50€ en cada visita al salón de belleza seguido por un 18% para valores entre 50 € y 100 €.

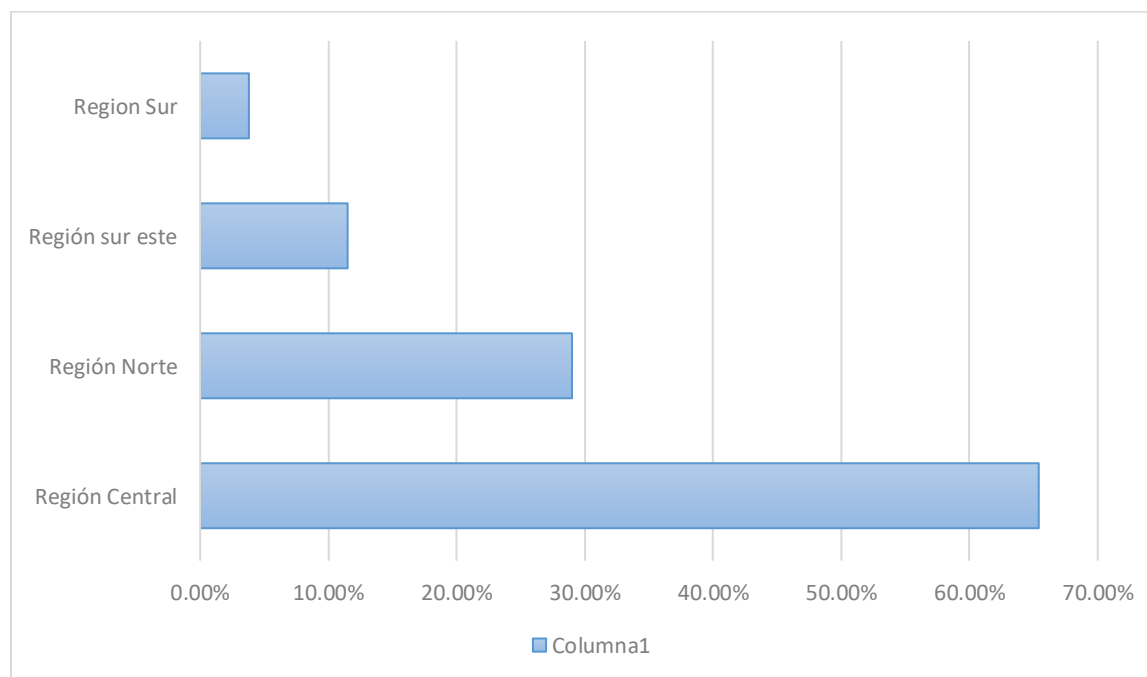
Plaza

Locación

Nuevamente para determinar el lugar idóneo para abrir un salón de belleza se toma en base la encuesta de mercado en donde se indaga sobre la locación más conveniente en que nuestros clientes potenciales elegirían.

Figura 6

Región de Preferencia



De acuerdo con los resultados, el área central es la más atractiva con un 63%, lo cual tiene sentido al analizar la distribución de las actividades en la isla, siendo la región central donde se ubican las escuelas de inglés, universidades, establecimientos de entretenimiento, principales atracciones turísticas y gran afluencia de población local y extranjera,

La zona central está dividida en múltiples ciudades, de la cual San Gwan, ciudad elegida para el proyecto, está ubicada en gran cercanía a San Julians, sector conocido por su vida diurna y nocturna, sin embargo, es una zona también conocida por sus precios elevados hablando específicamente de la renta, razón por la cual San Gwan sienta la ciudad vecina, a una distancia considerablemente corta y con un precio de renta moderado es la opción idónea.

Sitio website

En todo negocio es importante contar con un sitio web en el cual las personas puedan conocer con mayor profundidad no solo el servicio, eventos especiales y en general la filosofía de la empresa. Por medio del sitio web el cliente podrá tener acceso a un blog con historias de transición, relatos de experiencias positivas, posts informativos que promuevan la educación del cabello rizado, recetas en casa y tips para comprar los productos idóneos para el cabello, esto con el fin de no solo brindar un servicio, pero crear una comunidad alrededor del cabello rizado.

Si bien la plataforma no aceptará ningún tipo de pago, esta servirá para conocer los servicios, precios, agendar citas y modificarlas, lo cual facilitará el proceso tanto para la empresa como para los clientes potenciales.

Promoción

Marketing de contenidos

Creación de contenidos relevantes del cuidado del cabello donde incluya los siguientes temas:

Identificación del tipo de cabello.

Diferentes estilos de peinados hechos en casa.

Diferentes peinados, tintes y cortes hechos en el salón de belleza Tutti Curly

Explicación de cómo usar los diferentes accesorios para rizadas los cuales comercializa Tutti Curly.

Tips de estilo de vida como nutrición, dieta y vitaminas para llevar un cabello saludable.

Videos sobre aceptación y romper estereotipos a través de la aceptación y cuidado del cabello natural.

Memes y contenido humorístico del día a día de una rizada

Historias de rizadas: clientas que nos cuenten su travesía siendo crespas.

Estrategia de redes sociales

Creación de páginas de redes sociales tales como Facebook, Instagram y YouTube para mantener una presencia activa en el mercado. Estas redes van a estar en constante supervisión por medio de herramientas que nos ayuden a monitorear la actividad de las mismas, crecimiento, uso de hashtags y horas con mayor movimiento. De esta forma podremos crear y ajustar las estrategias para obtener una mayor visibilidad y crecimiento.

Colaboración con influencers

Por medio de la colaboración con influencers de cabello rizado en Malta y Colombia podremos tener un mayor alcance de visualización, en la actualidad el proyecto Tutti frutti cuenta con el apoyo de una influencer colombiana de cabello rizado que vive en Malta.

Email marketing

Crear y enviar promociones mensuales, actualizaciones de nuevos productos, tips y eventos especiales, todo con el fin de fidelizar a nuestros clientes y aumentar las interacciones.

Ferias latinas

En Malta se realiza periódicamente eventos de emprendedores latinos donde por medio de un stand se comercializan los productos y servicios de empresas locales.

Ferias Maltesas

en malta se realizan varias ferias mensuales en dónde se puede adquirir un stand y dar a conocer los productos y hacer contacto con posibles inversionistas, un ejemplo de ello son las ferias de cada ciudad, la feria del vino, del chocolate y la gran feria de la belleza en attard.

Publicidad online

Diseño y publicación de publicidad en línea a través de Google y Facebook ads.

Alianzas estratégicas

Realizar una alianza con salones de uñas y tiendas especializadas en productos para la belleza en dónde nos podamos beneficiar mutuamente y promocionar nuestros servicios y productos.

Fidelización

La fidelización es un punto clave para asegurar un flujo constante de clientes y garantizar publicidad voz a voz, para lo cual se utilizarán las siguientes estrategias:

Tarjeta de puntos: En cada primera visita al salón de belleza, se entregará una tarjeta a nombre del cliente en el cual podrá acumular un punto por cada servicio contratado. La finalidad de estos puntos es acumular un total de 10 de ellos y obtener totalmente gratis un servicio de corte, definición o terapia capilar.

Programa de referido: Cada cliente en posesión de una tarjeta de puntos podrá referir mensualmente un amigo de esta manera obtener un 15% de descuento en su siguiente servicio.

Postventa

Garantizar una experiencia positiva es fundamental a la hora de retener clientela, crear una reputación y mantener estándares de calidad, por lo cual al finalizar una visita nuestros clientes recibirán una encuesta de satisfacción en su correo electrónico donde podrán responder las siguientes preguntas:

Califique su experiencia general en el salón de belleza del 1 al 5, siendo 1 "muy insatisfactorio" y 5 "muy satisfactorio".

¿Cuál fue el servicio que recibió en nuestro salón? (Seleccione una opción)

- a) Corte de cabello
- b) Peinado y estilizado
- c) Coloración de cabello
- d) Tratamiento capilar
- e) Otro (especificar) _____

¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido? (Seleccione una opción)

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

¿El personal del salón fue amable y profesional durante su visita? (Seleccione una opción)

- a) Sí, muy amable y profesional
- b) Sí, en general fueron amables y profesionales
- c) Neutral
- d) No, algunos miembros del personal no fueron amables o profesionales
- e) No, el personal fue grosero o poco profesional

¿Cómo calificaría la limpieza y el ambiente del salón? (Seleccione una opción)

- a) Muy limpio y acogedor
- b) Limpio y agradable
- c) Aceptable
- d) Desordenado o poco limpio
- e) Sucio y poco agradable

¿El resultado final del servicio cumplió con sus expectativas? (Seleccione una opción)

- a) Sí, superó mis expectativas
- b) Sí, cumplió con mis expectativas
- c) Neutral
- d) No, no cumplió con mis expectativas
- e) No, estuve muy insatisfecho/a con el resultado

¿Recomendaría nuestro salón de belleza a familiares o amigos? (Seleccione una opción)

- a) Sí, definitivamente lo recomendaría
- b) Sí, lo recomendaría en general
- c) No estoy seguro/a
- d) No, no lo recomendaría
- e) No, definitivamente no lo recomendaría

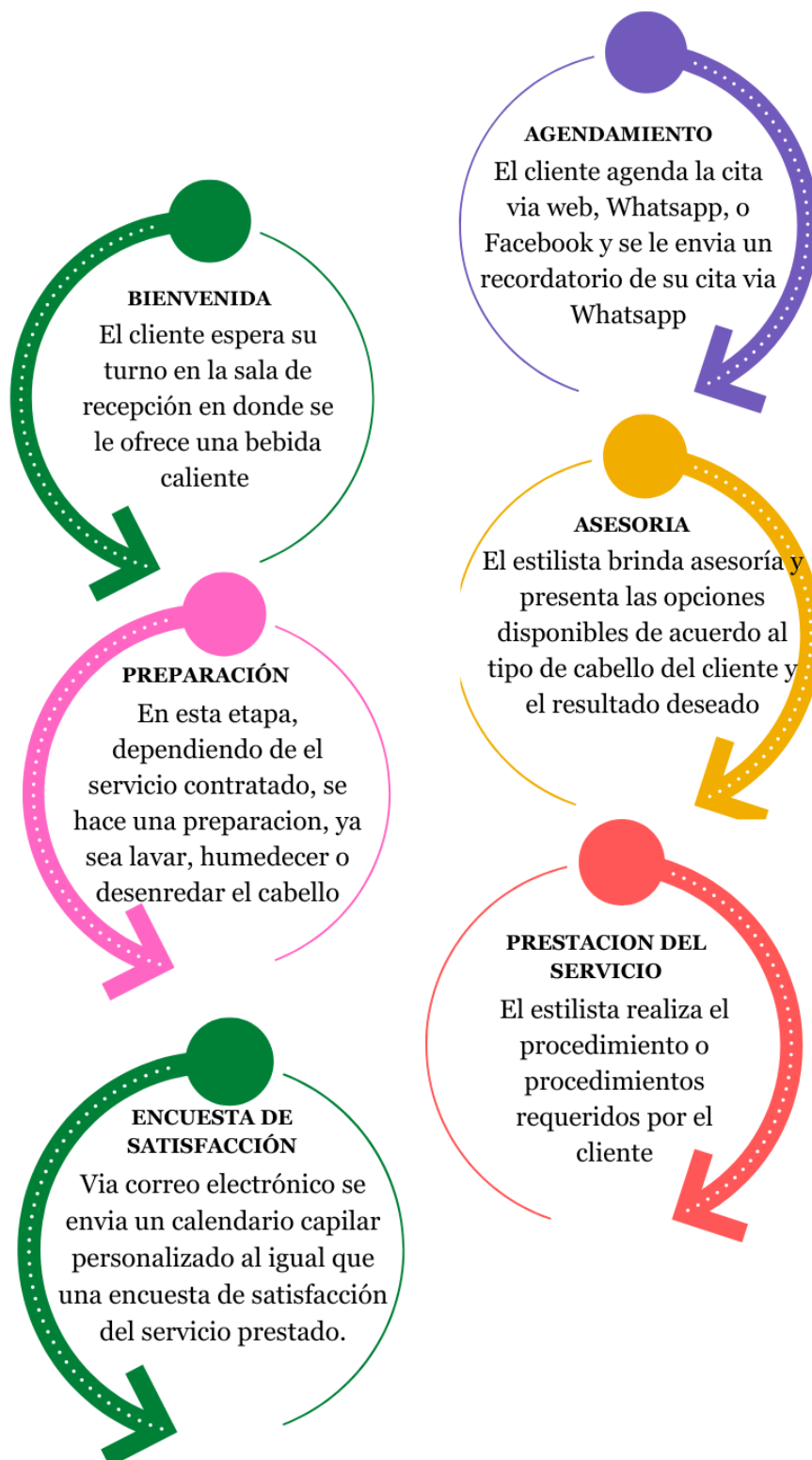
¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional para mejorar nuestros servicios

Gracias a esta encuesta de satisfacción podremos no solo evaluar la calidad del servicio que se está prestando y generar estrategias de mejoramiento, el segundo fin de esta encuesta es poder remediar experiencias negativas y poder retener a un cliente al ofrecerle algún tipo de descuento o solución si al realizar una investigación se determina que el cliente no recibió el resultado prometido

Estudio de operaciones

Descripción y formalización del proceso

El proceso de la prestación del servicio se divide en 6 pasos.

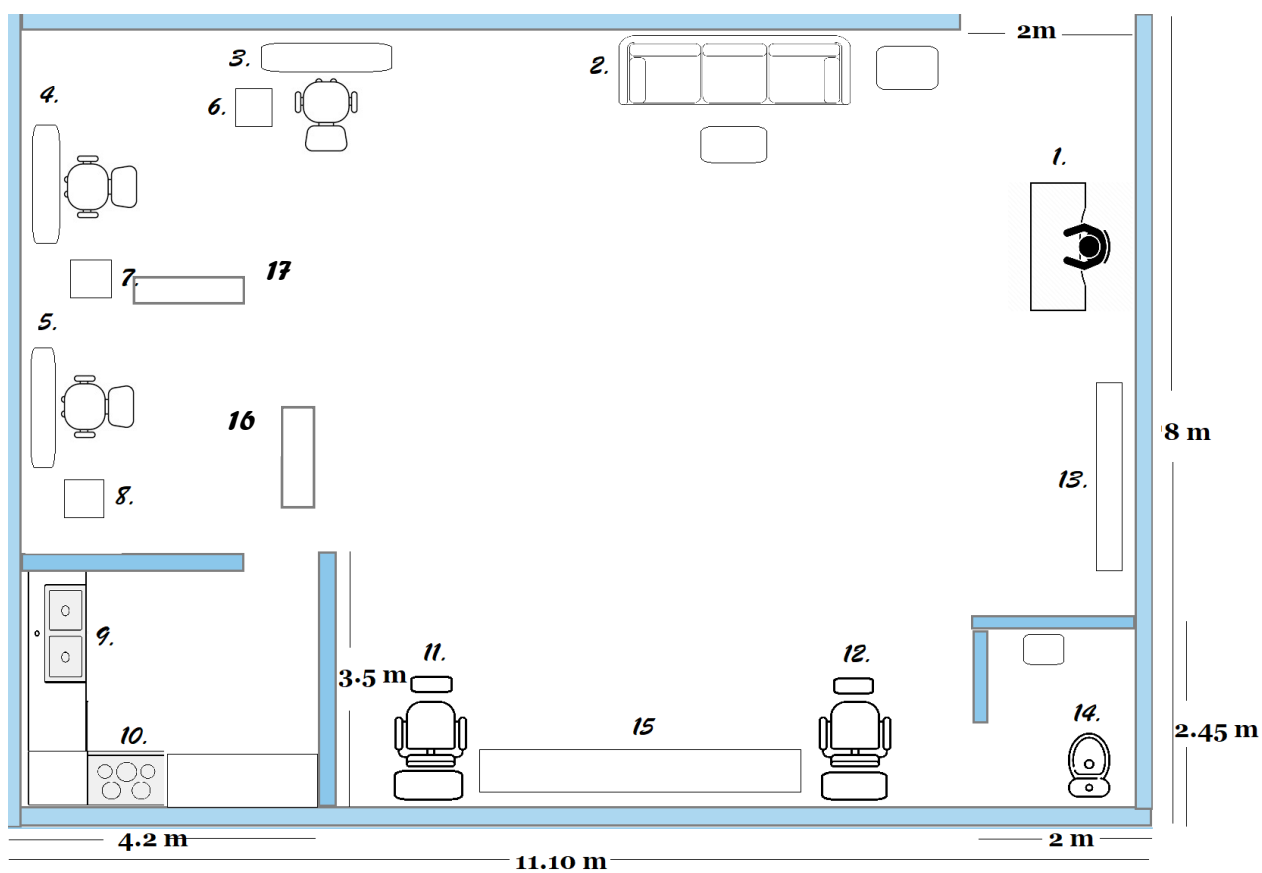
Figura 7*Flujo de Proceso*

Distribución de planta

La distribución de planta presentada se hace en base al establecimiento ubicado en la dirección 64 triq Santa Margerita en la ciudad de San Gwan, el cual a sido designado como una locación potencial.

Ilustración 1

Distribución de Planta



1 Recepción

9. Estación de limpieza y desinfección

2 Sala de espera	10. Estufa
3 Estación de trabajo No. 1	11. Lava cabezas No. 1
4 Estación de trabajo No. 2	12. Lava cabezas No. 2
5 Estación de trabajo No. 3	13. Vitrina de exhibición
6 Carro de implementos No. 1	14. Baño
7 Carro de implementos No. 2	15. Armario de insumos grande
8 Carro de implementos No. 3	16. Armario de insumos de aseo
17. Armario de insumos pequeño	

Costos de producción

Los costos de producción mensual tienen un valor de 9,115€ están determinados para el primer mes de funcionamiento de la siguiente manera:

Tabla 12

Gastos Fijos Mensuales

	Máximo	Mínimo	Promedio
Arriendo	1,200€	1,000€	1,100€
Luz	50€	30€	40€
Agua	70€	50€	55€
Internet	35€	27€	31€

Adicionalmente se contará con el asesoramiento de un contador el cual se encargará de llevar la contabilidad del salón, el cual cobra por sus honorarios un cargo de 300€ mensuales.

Tabla 14

Lista de Insumos

Articulo	Valor promedio	Cantidad	Total
Shampoo final wash	8.59 €	5	42.93 €
Acondicionador	10.70 €	5	53.48 €
Crema para peinar	16.89 €	5	84.43 €
Gel de definición	14.98 €	5	74.88 €
Tratamiento hidratante	11.53 €	5	57.65 €
Tratamiento nutritivo	11.53 €	5	57.65 €
Tratamiento suavizante	11.53 €	5	57.65 €
Aceite	19.37 €	5	96.85 €
Papel aluminio	4.87 €	2	9.74 €
Peroxido	11.36 €	4	45.42 €
Tinte permanente	7.32 €	15	109.80 €
Total			690.46 €

Inversiones de infraestructura

Los costos de infraestructura para este proyecto son los costos de adecuación del local comercial, el cual ya está provisto con la instalación y mobiliario de baño y cocina.

Tabla 15*Costos de Adecuación*

Articulo	Mínimo	Máximo	Valor promedio	Cantidad	Total
Pintura	70.20 €	83.45 €	76.83 €	2	153.65 €
Brochas	4.20 €	8.40 €	6.30 €	2	12.60 €
Pintor	48.00 €	64.00 €	56.00 €	1	56.00 €
Instalación de lava cabezas	38.00 €	40.00 €	39.00 €	1	39.00 €
Instalación eléctrica	38.00 €	40.00 €	39.00 €	1	39.00 €
Instalación aire acondicionado	30.00 €	40.00 €	35.00 €	1	35.00 €
Total					335.25 €

Activos fijos

Los activos fijos lo conforman todo el mobiliario necesario para el funcionamiento del salón que suman un valor de 7,467€.

Tabla 16*Activos Fijos*

Articulo	Minimo	Maximo	Valor promedio	Cantidad	Total
Vitrina	104.00 €	169.00 €	136.50 €	1	136.50 €
Sillas de peluqueria	142.00 €	199.00 €	170.50 €	3	511.50 €
Tocador	120.00 €	167.00 €	143.50 €	3	430.50 €
Espejos	52.00 €	105.00 €	78.50 €	3	235.50 €
Armario de insumos	146.00 €	199.00 €	172.50 €	1	172.50 €
Armario de insumos pequeño	174.00 €	251.00 €	212.50 €	1	212.50 €
Trolley	67.00 €	89.00 €	78.00 €	3	234.00 €

Lamparas de techo	17.00 €	34.00 €	25.50 €	4	102.00 €
Lava cavezas	536.00 €	559.00 €	547.50 €	2	1,095.00 €
Aire acondicionado	575.00 €	749.00 €	662.00 €	1	662.00 €
Tijeras de esculpir	3.08 €	7.30 €	5.19 €	3	15.57 €
Tijeras de corte	5.21 €	4.65 €	4.93 €	3	14.79 €
Secadores con difusor	26.00 €	39.00 €	32.50 €	3	97.50 €
Penillas desenredantes	1.37 €	1.69 €	1.53 €	3	4.59 €
Cepillo pulidor	1.81 €	3.17 €	2.49 €	3	7.47 €
Cepillo definidor	1.30 €	3.56 €	2.43 €	3	7.29 €
atomizadores	2.80 €	1.40 €	2.10 €	3	6.30 €
Recipiente mezclador	2.28 €	3.07 €	2.68 €	3	8.03 €
Brochas para mezclar tinte	1.18 €	3.93 €	2.56 €	10	25.55 €
Guantes plásticos	4.27 €	8.60 €	6.44 €	4	25.74 €
Toallas de microfibra	2.11 €	5.19 €	3.65 €	10	36.50 €
gorros plasticos	3.28 €	2.86 €	3.07 €	3	9.21 €
Pinzas para cabello	1.13 €	1.21 €	1.17 €	3	3.51 €
Pincel para mechas	1.15 €	2.49 €	1.82 €	3	5.46 €
Ganchos invisibles surtidos	0.28 €	1.82 €	1.05 €	3	3.15 €
Cauchos colores variados	0.78 €	1.44 €	1.11 €	2	2.22 €
Espejos de mano	1.18 €	2.34 €	1.76 €	3	5.28 €
Calendarios personalizados	26.22 €	29.28 €	27.75 €	3	83.25 €
Uniformes	10.00 €	16.00 €	13.00 €	8	104.00 €
Armario de almacenamiento	66.00 €	99.00 €	82.50 €	1	82.50 €
Canecas de basura	10.80 €	11.52 €	11.16 €	3	33.48 €
Esterilizador	23.94 €	33.33 €	28.64 €	1	28.64 €
Cepillos para aseo	1.10 €	3.60 €	2.35 €	2	4.70 €
Cepillos para herramientas	1.49 €	1.71 €	1.60 €	2	3.20 €
Trapero	3.41 €	3.99 €	3.70 €	1	3.70 €
Valde	7.90 €	11.99 €	9.95 €	1	9.95 €
Escoba	3.81 €	5.45 €	4.63 €	1	4.63 €

Letrero exterior	500.00 €	700.00 €	600.00 €	1	600.00 €
Letrero interior	250.00 €	300.00 €	275.00 €	1	275.00 €
Escritorio repcion	295.00 €	657.00 €	476.00 €	1	476.00 €
Silla de repcion	122.00 €	129.00 €	125.50 €	1	125.50 €
Datáfono	39.00 €	129.00 €	84.00 €	1	84.00 €
Cajon de dinero	59.00 €	80.00 €	69.50 €	1	69.50 €
Desk tablet	149.00 €	79.00 €	114.00 €	1	114.00 €
Telefono	29.00 €	41.00 €	35.00 €	1	35.00 €
Sofa	299.00 €	510.00 €	404.50 €	1	404.50 €
Mesa de café	21.00 €	49.00 €	35.00 €	2	70.00 €
Pantalla de television	198.00 €	219.00 €	208.50 €	1	208.50 €
Soporte de televisor	19.00 €	54.00 €	36.50 €	1	36.50 €
Cuadros decorativos	4.68 €	9.81 €	7.25 €	4	28.98 €
Figuras decorativas	6.00 €	15.00 €	10.50 €	4	42.00 €
Tetera	18.85 €	24.79 €	21.82 €	1	21.82 €
Set de tazas	12.19 €	17.92 €	15.06 €	2	30.11 €
Cafetera	55.56 €	66.78 €	61.17 €	1	61.17 €
Tapete de entrada	7.65 €	9.90 €	8.78 €	1	8.78 €
Caneca	4.90 €	5.18 €	5.04 €	1	5.04 €
Dispensador de jabon	3.40 €	5.10 €	4.25 €	1	4.25 €
Cepillo del baño	2.20 €	3.70 €	2.95 €	1	2.95 €
Pintura	70.20 €	83.45 €	76.83 €	2	153.65 €
Brochas	4.20 €	8.40 €	6.30 €	2	12.60 €
Pintor	48.00 €	64.00 €	56.00 €	1	56.00 €
Instalación de lavacabezas	38.00 €	40.00 €	39.00 €	1	39.00 €
Instalación eléctrica	38.00 €	40.00 €	39.00 €	1	39.00 €
Instalación aire acondicionado	30.00 €	40.00 €	35.00 €	1	35.00 €
Total Investment					7,467.04 €

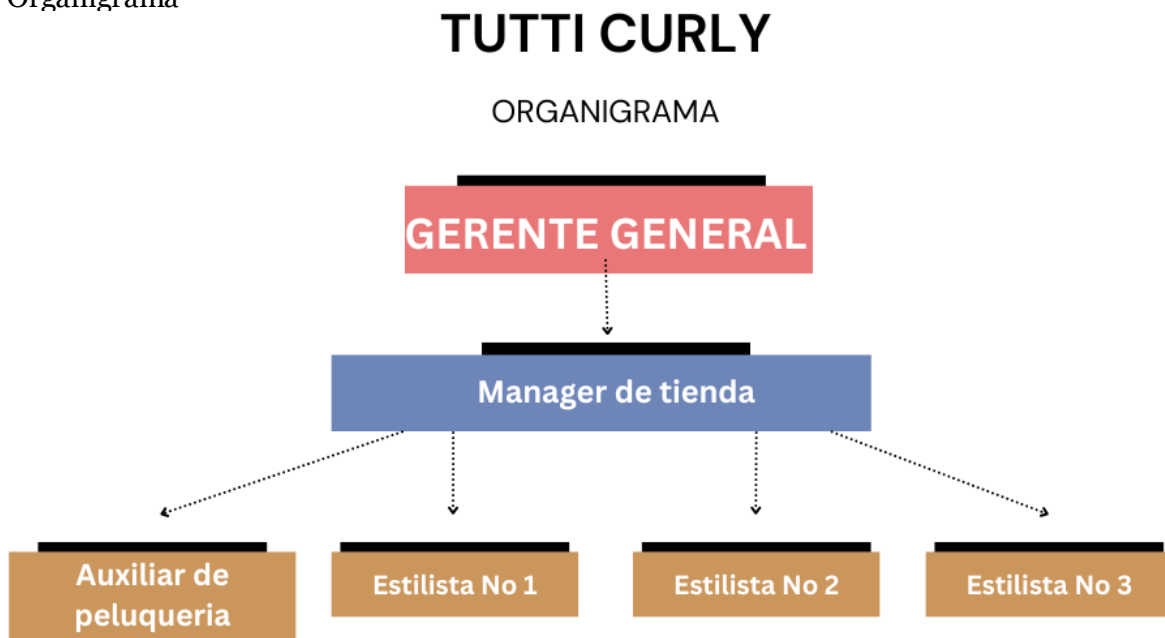
Estudio organizacional

Estructura organizacional

El tipo de estructura administrativa elegida para la propuesta es la estructura jerárquica o piramidal, la razón para escoger esta estructura es su simplicidad la cual es ideal para un modelo de negocio pequeño como lo es Tutti Curly. En esta estructura el poder se centra en la cima de la pirámide en donde el gerente manager de tienda en la parte superior toman decisiones y delegan las responsabilidades como lo veremos a continuación.

Figura 8

Organigrama



Perfiles de cargo

Manager de tienda

Responsable por administrar y velar por el correcto funcionamiento del salón de belleza.

Los requisitos para el cargo son:

Mujer o hombre de cualquier nacionalidad, apto para trabajar legalmente en Malta.

Experiencia previa de dos años en roles de gestión en la industria de la belleza con personal a cargo.

Conocimiento sólido de las operaciones de un salón de belleza, incluyendo programación de citas, gestión de recursos y cumplimiento de normas de salud y seguridad.

Habilidades de liderazgo, con capacidad para motivar, guiar y desarrollar al equipo.

Excelentes habilidades de comunicación y capacidad para interactuar con clientes, proveedores y miembros del equipo de manera efectiva por lo cual es necesario nivel de inglés B2.

Habilidades básicas matemáticas y experiencia previa manejando caja.

Manejo intermedio del paquete de Office, Outlook, internet y redes sociales.

Cabello rizado, ondulado o afro es considerado una ventaja.

Estilista

responsable de proporcionar servicios de peluquería y estilismo de alta calidad a clientes con cabello rizado.

Los requisitos para el cargo son:

Mujer o hombre de cualquier nacionalidad, apto para trabajar legalmente en Malta.

Experiencia mínima de tres años como Estilista. Especialización o experiencia en cabello rizado es considerado una ventaja.

Capacidad para realizar consultas detalladas y comunicarse efectivamente con los clientes para entender y satisfacer sus necesidades, por lo cual es necesario nivel de inglés B2.

Excelentes habilidades de servicio al cliente y capacidad para establecer relaciones de confianza con los clientes.

Licencia o certificación válida en peluquería

Cabello rizado, ondulado o afro es considerado una ventaja.

Auxiliar de peluquería

responsable de brindar apoyo y asistencia en las tareas diarias del salón de belleza en estrecha colaboración con los estilistas y manager para asegurar la eficiencia en la prestación del servicio.

Los requisitos para el cargo son:

Mujer o hombre de cualquier nacionalidad, apto para trabajar legalmente en Malta.

Formación o certificación en peluquería es valorada pero no es obligatoria.

Habilidades básicas de peluquería, como el lavado y el peinado del cabello.

Conocimiento básico de los productos y herramientas utilizados en peluquería.

Capacidad para seguir instrucciones y trabajar en equipo por lo cual se requiere un nivel de inglés de B1.

Cabello rizado, ondulado o afro es considerado una ventaja.

Manual de funciones

Manager de tienda

Actividad

El manager de salón de belleza es el profesional encargado de supervisar y coordinar todas las operaciones del salón. Se encarga de gestionar el personal, garantizar un excelente servicio al cliente, impulsar las ventas, mantener los estándares de calidad y administrar los recursos del salón.

Locación

La actividad como manager se realizará principalmente dentro de las instalaciones de Tutti Curly a excepción de eventos o servicios especiales en donde participe la marca. La actividad siempre se realiza en el territorio maltés, en locaciones y eventos autorizados por la gerencia.

Jerarquía

Como manager está bajo la directa supervisión del gerente el cual se encarga de supervisar el salón a un nivel macro y gestionar aspectos financieros, legales y administrativos.

Funciones

Ser el primer punto de contacto con los clientes, dar la bienvenida, gestionar citas y brindar información.

Establecer y mantener altos estándares de atención al cliente de manera presencial, WhatsApp, redes sociales e email asegurando la satisfacción de los clientes y la resolución de cualquier problema o queja de manera oportuna.

Realizar la programación y asignación de turnos del personal, asegurando su cumplimiento y una cobertura adecuada en todo momento.

Responsable del manejo de caja.

Supervisar el cumplimiento de las políticas y procedimientos del salón, incluyendo normas de higiene, seguridad y calidad del servicio.

Gestionar el inventario de productos y suministros, asegurando un abastecimiento adecuado y el control de costos.

Supervisar y coordinar las operaciones diarias del salón, asegurando un ambiente de trabajo armonioso y eficiente.

Normas y políticas

Cumplir con los estándares de calidad y métodos establecidos por el salón en términos de técnicas, asesoramiento y servicio.

Cuidar y dar uso apropiado a las herramientas e instalaciones del establecimiento.

Seguir los procedimientos y protocolos de higiene y seguridad establecidos por el salón.

Mantener una apariencia personal y profesional adecuada en todo momento.

Cumplir el horario de forma puntual o informar a su jefe directo sobre cualquier contratiempo que le impida cumplir con el mismo.

Estilista

Actividad

La función principal del estilista realizar cortes de cabello, peinados, tintes y otros tratamientos capilares. Además de esto como parte de sus funciones, el estilista debe atender a

los clientes de manera amable, respetuosa, profesional y ofrecer sugerencias y un asesoramiento adecuado de acuerdo a cada tipo de cabello.

Locación

La actividad como estilista se realizará principalmente dentro de las instalaciones de Tutti Curly a excepción de eventos o servicios especiales en donde participe la marca. La actividad siempre se realiza en el territorio maltés, en locaciones y eventos autorizados por la gerencia.

Jerarquía

Como estilista está bajo la supervisión directa del manager de tienda, el cual se encarga del control y supervisión de las actividades diarias.

Funciones

Realizar cortes de cabello, peinados, tintes, y otros servicios capilares según las preferencias del cliente y siguiendo el método Curly girl.

Proporcionar asesoramiento y recomendaciones a los clientes sobre estilos de cabello, tendencias y cuidado del cabello ondulado, rizado y afro.

Mantenerse actualizado y asistir a las capacitaciones programadas sobre las últimas tendencias en cortes, peinados, técnicas de coloración y productos para el cuidado del cabello ondulado, rizado y afro.

Manejar y utilizar adecuadamente las herramientas y productos necesarios para los servicios de estilismo, garantizando la seguridad y el bienestar del cliente.

Mantener un ambiente limpio y ordenado en el área de trabajo, asegurando la esterilización de las herramientas y el cumplimiento de las normas de higiene y seguridad

Gestionar el tiempo y los horarios de los clientes de manera eficiente, evitando retrasos y asegurando un servicio puntual.

Promover y vender productos y servicios adicionales que puedan beneficiar al cliente, como tratamientos capilares, productos para el cuidado del cabello y herramientas.

Mantener una actitud amable, cortés y profesional en todo momento, asegurando una experiencia positiva para el cliente.

Normas y políticas

Cumplir con los estándares de calidad y métodos establecidos por el salón en términos de técnicas, asesoramiento y servicio.

Cuidar y dar uso apropiado a las herramientas e instalaciones del establecimiento.

Seguir los procedimientos y protocolos de higiene y seguridad establecidos por el salón.

Mantener una apariencia personal y profesional adecuada en todo momento.

Cumplir el horario de forma puntual o informar a su jefe directo sobre cualquier contratiempo que le impida cumplir con el mismo.

Auxiliar de peluquería

Actividad

Encargado de apoyar y asistir a los estilistas y al personal del salón en sus tareas diarias. Su función principal es garantizar que el salón esté limpio, ordenado y que los clientes reciban una atención adecuada.

Locación

La actividad como auxiliar de peluquería se realizará principalmente dentro de las instalaciones de Tutti Curly a excepción de eventos o servicios especiales en donde participe la

marca. La actividad siempre se realiza en el territorio maltés, en locaciones y eventos autorizados por la gerencia.

Jerarquía

Como auxiliar de peluquería estará bajo la supervisión directa del manager de tienda, el cual se encarga del control y supervisión de las actividades diarias.

Funciones

Atender a los clientes, recibirlos y acompañarlos a las estaciones de trabajo, ofreciendo bebidas o revistas según corresponda.

Mantener la limpieza y orden del salón, incluyendo las áreas de trabajo, las estaciones de lavado, los baños y las áreas comunes.

Preparar y limpiar las estaciones de trabajo antes y después de cada servicio, asegurando que estén equipadas con los productos y herramientas necesarios.

Asistir a los estilistas en los servicios, como lavado y acondicionamiento del cabello, aplicación de productos capilares y otros procedimientos según sea necesario.

Seguir las normas de higiene y seguridad, asegurando el cumplimiento de los protocolos establecidos por el salón.

Brindar un servicio al cliente amable y cortés, respondiendo a sus preguntas y necesidades de manera eficiente.

Normas y políticas

Seguir las normas de higiene y seguridad, asegurando el cumplimiento de los protocolos establecidos por el salón.

Cuidar y dar uso apropiado a las herramientas e instalaciones del establecimiento.

Mantener una apariencia personal y profesional adecuada en todo momento.

Cumplir el horario de forma puntual o informar a su jefe directo sobre cualquier contratiempo que le impida cumplir con el mismo

Requisitos legales del proyecto

Conformación legal del proyecto

La configuración legal seleccionada para este proyecto es Asociación no registrada o non - registered partnership en la cual en vez de que un solo propietario asuma todas las responsabilidades legales, se comparte entre dos partes, para lo cual es necesario registrar notarialmente detallando el rol derechos y obligaciones de las partes involucradas (Yellow, 2023). Esta asociación se registrará con la socia del proyecto Johana Martinez.

Registro de impuestos

Toda empresa desarrollando una actividad económica en Malta debe obtener un número de registro de impuesto, este número se obtiene por medio de la comisión de ganancia. Para obtener este número se debe llenar un formato declarando que se están empleando personas y de ese modo obtener un número de empleador.

El monto a pagar en impuestos se paga año vencido y la tabla a continuación nos muestra los porcentajes a pagar.

Ilustración 2

Impuestos en Malta 2023

Taxable income (EUR)		Rate (%)	Deduct (EUR)
From	To		
0	9,100	0	0
9,101	14,500	15	1,365
14,501	19,500	25	2,815
19,501	60,000	25	2,725
60,001	and above	35	8,725

Tabla tomada de (Tax summaries, 2023)

Registro de auto empleo

Al ser las dos partes asociadas nacionales de un tercer país, es necesario aplicar directamente en la plataforma de Job plus como independiente.

Registro de empleados

Es necesario obtener un numero PE el cual provee Job plus, el cual sirve para retener y pagar impuestos relacionados con el seguro nacional.

Permiso estructural

Al rentar un edificio o local con propósitos comerciales es necesario confirmar que la construcción cuenta con los permisos de planeación pertinentes, para lo cual se puede visitar la página de autoridad de planeación maltesa.

Permiso de trabajo

La persona que deseen trabajar en Malta y pertenezcan a un país fuera de la unión europea deben tramitar un permiso de trabajo el cual tiene un costo de 280.50 € anual, el cual

generalmente es pago por el empleado. Los documentos necesarios para aplicar a un permiso de trabajo son los siguientes:

Formato de solicitud de permiso de trabajo firmado por el empleador

Fotocopia del pasaporte.

Carta por parte del empleador explicando por qué es necesario este puesto de trabajo.

Contrato laboral firmado por el empleado y empleador.

Hoja de vida.

Prueba de que en los últimos 6 meses se publicó la vacante y no fue llenada por una persona local.

Experiencia laboral y aptitudes del candidato.

Seguro de salud válido por un año.

Contrato de arrendamiento válido por un año.

(Identity Malta, 2023)

Metodología de la motivación

La metodología de la motivación que se adoptará en Tutti Curly se divide en tres categorías:

Motivación extrínseca

Incentivos económicos:

Se ofrecerá un salario fijo mensual, lo cual es una mejora en comparación al tipo de contrato ofrecido por la mayoría de empresas del sector en donde se paga un porcentaje del valor total cobrado por servicio, lo que significa que el salario mensual puede variar no

necesariamente a favor del empleado.

Renovación gratuita: El valor para aplicar al permiso de trabajo en Malta tiene un costo de 280.50 € anualmente, valor el cual en la mayoría de los casos es pagado por el empleado. Tutti Curly pagará este valor cada vez que se realice una renovación anual para incentivar la permanencia en la empresa y en modo de agradecimiento por el trabajo realizado durante el último año.

Bono Navideño: Adicional a el bono obligatorio que los empleados deben dar a sus empleados, se entregará un bono adicional a final de año para las personas que completen un año consecutivo o más trabajando en la empresa por un valor igual al 5% de las ganancias obtenidas en el año dividida entre todos los trabajadores.

Estimulo profesional

Capacitaciones presenciales y virtuales gratis, las cuales benefician el desempeño actual del estilista y aporta a su experiencia profesional.

Horas extras

Posibilidad de hacer horas extras si el empleado lo desea y existe la necesidad de cubrir una ausencia o se abren cupos en la agenda fuera del horario regular de atención.

Motivación intrínseca

Eventos especiales: Se realizará una fiesta de verano y una de fin de año con el fin de integrar a los trabajadores, reconocer su esfuerzo y brindar un espacio de esparcimiento.

Horario laboral: Todos los empleados podrán disfrutar de un día y medio consecutivo a la semana y la carga laboral diaria no excede las 7 horas.

Motivación trascendente

Ayudar a las personas a abrazar y amar sus rizos puede tener un impacto significativo en su autoestima y confianza. El trabajador, por medio de su conocimiento, ayuda a empoderar a

sus clientes, a abrazar su cabello natural y sentirse orgullosos de su apariencia única. Al ver cómo su servicio y asesoría les brinda empoderamiento, se puede experimentar una motivación trascendente y ser parte de un movimiento de aceptación y diversidad.

Mecanismos de liderazgo

Por medio de una comunicación clara y efectiva transmitir las expectativas, metas y objetivos de manera que todos los miembros del salón las comprendan. Además, se fomenta la comunicación abierta y bidireccional.

Liderazgo basado en la confianza en donde los miembros del equipo se sientan valorados y confiados para tomar decisiones y asumir responsabilidades. Esto implica dar autonomía, permitiendo a los empleados expresar sus ideas y brindándoles el apoyo necesario para que se sientan capacitados.

Abordar los conflictos de manera efectiva y oportuna. Fomentar la comunicación respetuosa entre los miembros del equipo y ofreciendo un espacio de mediación cuando sea necesario. Buscar soluciones colaborativas que promueva la resolución de conflictos de manera constructiva.

Indicadores de gestión

Ingresos

Mide la cantidad de dinero que ingresa al negocio, el cual se dividirá en servicios y venta de productos. En términos de análisis este indicador se mide calculando el porcentaje de aumento con relación al mes anterior.

Utilización de la capacidad

Mide la capacidad del salón para utilizar eficientemente sus recursos, tiempo y espacio.

Este indicador se calcula tomando como base la capacidad instalada y el porcentaje de ocupación de la misma.

Retorno de clientes

Este indicador mide la lealtad de los clientes. Se calcula trimestralmente ya que un retoque de color o corte se hace durante este periodo de tiempo, para realizar el cálculo se cruzan los datos de los clientes que realizaron reservas en el primer mes del trimestre y se cruza contra la base de datos de los clientes que realizaron reservas durante la totalidad del trimestre, de esta manera podremos determinar no solo si un cliente regresa, sino cuantas veces lo hace en un trimestre. Estos datos los podremos comparar con los resultados del trimestre anterior y así determinar el porcentaje de retención y crear estrategias de acuerdo a esos resultados.

Nivel de satisfacción del cliente

Este indicador mide el nivel de satisfacción frente al servicio prestado. Esta información se obtendrá por medio de una encuesta de satisfacción que se le enviará a cada cliente vía correo electrónico el cual se obtiene con los datos de la reserva, este se envía dentro de las primeras 24 horas después de haber visitado el salón. Dentro del cuestionario se encontrarán preguntas relacionadas con la satisfacción del servicio prestado, el servicio al cliente y las condiciones del establecimiento. Los resultados de este indicador se recopilarán mes a mes y se realizara un contraste con el mes anterior para determinar no solo el porcentaje actual de satisfacción, pero también el aumento o disminución del mismo y de acuerdo a esta información generar estrategias pertinentes que puedan mejorar la satisfacción del cliente.

Productividad del personal

Indicador diseñado para medir la eficiencia con la cual se desarrolla un servicio, por lo cual es necesario crear un estudio de tiempos y movimientos para determinar el tiempo promedio que se debería tomar cada estilista para realizar determinado servicio. Partiendo del resultado de este estudio se puede medir la productividad del estilista al medir el tiempo de servicio prestado en comparación al tiempo ideal, siendo un cumplimiento del 100% cuando el estilista toma menos tiempo o igual tiempo del esperado.

Estudio financiero

Recursos

El proyecto Tutti Curly se va a realizar en sociedad con Jhoana Martínez, para lo cual se va a realizar un aporte proveniente de recursos propios del 100% el cual corresponde a 16,917€ Para lo cual se pretende realizar un ahorro conjunto de 704€ mensuales por cada una de las partes con el fin de dar inicio al proyecto en Julio del 2024. De ser necesario una inyección de capital extra, se recurriría a un crédito con el banco de Valleta.

Presupuestos

La evaluación financiera de este emprendimiento se realiza conociendo el entorno de un país del continente europeo con una situación diferente en muchos aspectos a los presentados por Colombia.

En términos de cifras todos los cálculos se efectúan en euros, moneda oficial de este país y las cifras de gastos se estiman en precios constantes por cuanto la inflación anual de Malta de los últimos años ha sido inferior al 2% anual Banco Mundial (2023)

El crecimiento del proyecto no va más allá de utilizar la capacidad máxima de seis estilistas. No se consideró el escenario de ampliar la capacidad y atender un mayor porcentaje del mercado. A pesar de esta limitación la rentabilidad del proyecto presenta un retorno a los socios por encima de su rentabilidad esperada.

En cuanto al crecimiento de los ingresos operacionales, estos aumentan en la medida en que se vincula un estilista adicional al salón y su valor oscila entre 9.600 euros y 21.934 euros mensuales. Para el costo de insumos oscila entre 878 euros y 2.005 euros mensuales

La nómina se incrementa de acuerdo a la cantidad de estilistas controlados y los gastos operacionales oscilan entre 8.550 euros y 15.747 euros mensuales generando una utilidad

operacional entre 1.041 euros y 17.352 euros semestrales entre 173 euros y 10.949 y un margen operacional entre el 2% y el 16%

Flujo de caja

Para efectos de este estado financiero, el emprendimiento asume la totalidad de los ingresos y los egresos cancelados de contado. Solo se registra como pasivo el impuesto de renta generado en cada año.

El pago anual de este impuesto genera un valor negativo en la partida ingresos menos egresos del mes de Enero de cada año y los excedentes en esta partida generan un saldo acumulado de efectivo que oscila entre 1.835 euros y 122.392 euros al año 5 del proyecto

Estados financieros

Los activos presentan unas cifras que oscilan entre 7.300 euros de la inversión inicial y 122.392 a Junio de 2029 siendo la cuenta disponible la de mayor ponderación. Respecto al patrimonio, la actividad del emprendimiento genera los fondos que incrementan esta cuenta y en este caso aumenta desde la inversión inicial de 7.300 euros hasta 113,612 euros en el año 5

La estructura del balance se modifica en cuanto a la participación del disponible, la cual varía entre un 22% del semestre 1 y 100% del semestre 10

En cuanto al estado de resultados un estimativo del 9% del costo de los insumos genera un margen bruto del 91% para todos los períodos del 91%

El margen operacional presenta variaciones en cuanto se contrata un estilista adicional y varía entre el 2% y el 16%

El margen neto para todo el período presenta un valor máximo del 3% que aunque es un valor bajo le permite generar una ganancia acorde con las expectativas de los inversionistas.

Indicadores de evaluación financiera

Para esta medición se manejan las cifras del proyecto en valores mensuales y se construye el flujo de caja libre partiendo de la cuenta (ingresos – egresos) del flujo de tesorería.

Con una tasa de descuento del 4% el valor presente neto es de 14.821 euros y la TIR del 8% (Archivo Excel hoja estados financieros, filas 555 y siguientes)

Conclusiones y recomendaciones

Las investigaciones de mercado revelaron que existe una demanda insatisfecha de en la industria del cabello rizado en Malta que se pretende atender ofreciendo un servicio especializado de alta calidad al contar con personal capacitado y apasionado por el cabello rizado ubicado en una locación estratégica con alta densidad poblacional y de fácil acceso. Todos los elementos anteriormente mencionados crean un ambiente propicio y representa una ventaja competitiva significativa para el modelo de negocio

Gracias a la implementación de estrategias de marketing efectivas e innovadoras como lo es el marketing digital, colaboración con influencers y bloggers locales pretende generar reconocimiento de marca y atraer el público objetivo.

De acuerdo con el análisis financiero el negocio tiene potencial para ser rentable en un plazo razonable, gracias a una gestión eficiente de los costos y una estrategia de fijación de precios adecuada y altamente competitiva.

Bibliografía

Venegas Arévalo, C. D. (2022). *El cabello como registro corporal y radiografía social.*

Aproximaciones a las experiencias de las mujeres crespas afro y rizadas. Bogotá: Universidad del Rosario.

Academy, L. (2023). *www.londonacademymalta.com*. Obtenido de

https://www.londonacademymalta.com/_files/ugd/59c2c1_014de87b3bd4435da022b2d2773ff693.pdf

Academy, M. B. (s.f.). *www.maltabeautyacademy.com*. Obtenido de

<https://www.maltabeautyacademy.com/hair/>

BeautyTech. (2023). Obtenido de www.beautymalta.com:

https://www.beautymalta.com/_files/ugd/2eb6d2_f0352cd9da2f43ecb4d2eabefcfde12c.pdf

BrandLab, D. (2017). *A Revolução dos Cachos*. Sao Pablo.

brands, T. (2023). *www.topbrandsmalta.com*. Obtenido de

<http://www.topbrandsmalta.com/our-school/>

Calleja, C. (2020). *Times of Malta*. Obtenido de

<https://timesofmalta.com/articles/view/hairdressers-unsure-if-they-can-open-by-friday.793049>

Central bank of Malta. (2023). *Inbound Tourism by Nationality*. Valleta.

Central bank of Malta. (2023). *Labour Market Indicators based on Administrative Records*.

Valleta.

Che-Jung Chang, P., O'Brien, PhD, K., Keil, PhD, A., Gaston, PhD, S., Jackson, PhD, C., Sandler, PhD, D., & PhD, MSPH, A. (2022). *Use of Straighteners and Other Hair Products and Incident uterine cancer*. Oxford.

Cloete, E., P. Khumalo, N., & Ngoepe, M. (2019). *The what, why and how of curly hair: A review*. Cape Town: Royal society publishing.

Curly World. (s.f.). Obtenido de www.curlyworld.com/ourfounder

Dean Gera. (s.f.). *Deangera.com*. Obtenido de <https://deangera.com/price-list>

Department for industrial and Employment Relations. (2023). *dier.gov.mt*. Obtenido de <https://dier.gov.mt/en/employment-conditions/wages/pages/national-minimum-wage.aspx>

Department for Industrial and Employment Relations. (2023). *Dier.gov.mt*. Obtenido de <https://dier.gov.mt/en/employment-conditions/wages/pages/national-minimum-wage.aspx>

Department, E. P. (2022). *Economic Survey*. Valleta.

Dier. (2023). *dier.gov.mt*. Obtenido de <https://dier.gov.mt/en/employment-conditions/wages/pages/bonus-and-weekly-allowances.aspx>

Elena Salon. (s.f.). *Elenasalons.com*. Obtenido de <https://elenasalons.com/services/>

Garcia Sanz, M., & Martinez clares, P. (s.f.). *Guia practica para la realizacion de trabajos de fin de grado y trabajos fin de master*. Murcia: España.

Heaven Hair. (s.f.). *Hairheaven.mt*. Obtenido de <https://hairhaven.mt/hair-services/>

- Identity Malta. (2023). *www.identitymalta.com/*. Obtenido de <https://www.identitymalta.com/wp-content/uploads/2019/07/Checklist-for-Third-Country-Nationals-applying-for-a-Single-Work-Permit-New-Application-1.pdf>
- Jean Pierre Fernandez. (2023). *jeanfernandez15*. Obtenido de <https://www.instagram.com/jeanfernandez15/>
- Malta, C. b. (16 de 02 de 2023). *centralbankmalta*. Obtenido de <https://www.centralbankmalta.org/en/news/90/2023/11091>
- Malta, C. b. (2023). *Inbound Tourism by Nationality*. Valleta.
- Malta, C. B. (2023). *Labour market indicators based on administrative records* . Valleta.
- Massey, L. (1999). *Curly girl the handbook*. New York : Workman Publishing.
- Medland, S. E., R. Nyholt, D., Painter, J., McEvoy, B., Allan F., M., Gu Zhu, . . . Martin, N. (2009). *Common Variants in the Trichohyalin Gene Are Associated with Straight Hair in Europeans*. Rockville, MD: The American Journal of Human Genetics.
- National Statistics Office. (2021). *nso.gov.mt*. Obtenido de <https://nso.gov.mt/labour-force-survey-q4-2022/>
- office, N. s. (2022). *Census of population and housing 2021*. Valleta.
- Privé Salon. (s.f.). *Privehairdressing.com*. Obtenido de <http://www.privehairdressing.com/priveservices/>
- protection, M. f. (2021). *Malta turism strategy 2021-2030*. Valleta.
- Renee Engeln, P. (2017). *Beauty sick*.
- Salon, D. G. (s.f.). *Deangera.com*. Obtenido de <https://deangera.com/price-list>

Tax summaries. (2023). *PWC*. Obtenido de

<https://taxsummaries.pwc.com/malta/individual/taxes-on-personal-income>

Trading economics. (2022). *tradingeconomics.com*. Obtenido de

<https://tradingeconomics.com/malta/inflation-cpi#:~:text=Inflation%20Rate%20in%20Malta%20averaged,percent%20in%20April%20of%202007>.

Tucker, W. H. (2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de

<https://www.un.org/es/chronicle/article/la-ideologia-del-racismo-el-abuso-de-la-ciencia-para-justificar-la-discriminacion-racial>

Uceda, M. (2022). *Volver a las raíces”: política, cuerpo y consumo en mejora del cabello rizado y encrespado* [Tesis doctoral, universidad estatal de Campinas. campinas.

Vella, R. (2020). Health authorities water down certificate rules for hairdressers to open. (C. Calleja, Entrevistador)

W, M. (2012). *Local histories/global designs: Coloniality, subaltern knowledges, and border thinking*. Princeton University Press.

Yellow. (2023). *Yellow.com.mt*. Obtenido de <https://www.yellow.com.mt/tips/business/how-to-start-your-own-business-in-malta/>

Yellow. (s.f.). *Yellow*. Obtenido de <https://www.yellow.com.mt/beauty-salons/>