



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales  
Escuela de Administración**

**Plan de Negocios para la Creación de una  
Peluquería Masculina para Niños. Santo Domingo,  
República Dominicana, Año 2014.**

**Sustentantes:**

<b>Francisco Alberto Borda Tavárez</b>	<b>2008-1133</b>
<b>Lisette Aimey Melo Peña</b>	<b>2008-1815</b>
<b>Ana Luisa López Díaz</b>	<b>2010-0164</b>

**Profesor titular:  
Juan Rosales**

**Profesor auxiliar:  
Margarita Abreu**

**Monografía para Optar por el Título de:  
Licenciado en Administración de Empresas**

**Distrito Nacional, República Dominicana  
2014**

**Plan de Negocios para la Creación de una  
Peluquería Masculina para Niños. Santo Domingo,  
República Dominicana, Año 2014.**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS .....</b>	<b>VII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XV</b>
<b>CAPÍTULO I.-</b>	
<b>MARCO GENERAL .....</b>	<b>1</b>
1.1 Resumen Ejecutivo .....	2
1.2 Definición del Negocio.....	3
1.3 Definición del equipo emprendedor .....	3
1.4 Visión.....	5
1.5 Misión .....	5
1.6 Naturaleza del negocio.....	5
1.7 Valores .....	5
1.8 Filosofía.....	6
<b>CAPÍTULO II.-</b>	
<b>ANÁLISIS DEL ENTORNO .....</b>	<b>6</b>
2.1 Macro entorno Político, Económico, Social y Tecnológico .....	7
2.2 Mercado .....	13
2.2.1 Mapa de empatía .....	13
2.3 Propuesta de valor .....	14
2.4 Tendencias y ventajas.....	14
2.5 Clientes .....	15
2.6 Mercado .....	16
2.7 Competencia .....	16
2.8 Mercado Potencial.....	17
<b>CAPÍTULO III.-</b>	
<b>ANÁLISIS COMPARATIVO.....</b>	<b>18</b>
3.1 Análisis FODA.....	19
3.2 Recursos y capacidades .....	21

3.3 Factores claves: recursos y actividades .....	22
Capítulo IV.- .....	23
Objetivos Cuantitativos y Cualitativos .....	23
4.1 Objetivos Cuantitativos .....	24
4.2 Objetivos Cualitativos .....	24
<b>CAPÍTULO V.-</b>	
<b>ESTRATEGIAS GENERALES .....</b>	<b>25</b>
5.1 Servicios .....	26
5.2 Segmentos de Mercado .....	27
5.3 Mercado geográfico.....	27
5.4 Capacidad y recursos internos .....	27
5.5 Organización .....	27
5.6 Adquisiciones .....	27
5.7 Tipos y origen de los insumos .....	28
5.8 Alianzas.....	29
<b>CAPÍTULO VI.-</b>	
<b>PLANES OPERATIVOS .....</b>	<b>30</b>
6. Mercadeo .....	31
6.1.1 Mercado Objetivo .....	31
6.1.2 Estrategia Competitiva .....	32
6.1.3 Posicionamiento.....	32
6.1.4 Estrategia de Precio .....	32
6.1.5 Estrategia de Marca .....	33
6.1.6 Estrategia de Comunicación .....	33
6.1.7 Estrategia de Promoción .....	34
6.1.8 Web.....	34
6.1.9 Plan por canal .....	35
6.2 Ventas .....	35
6.2.1 Estrategia .....	35
6.2.2 Canales.....	36

6.2.3 Línea de servicios .....	36
6.3 Organizacional .....	36
6.3.1 Organigrama .....	36
6.3.2 Equipo y Staff .....	37
6.4 Operación y Logística .....	39
6.4.1 Proceso .....	39
6.4.2 Proveedores .....	40
6.5 Administración y Finanzas .....	40
6.5.1 Políticas de pagos .....	40
6.5.2 Políticas de cobro .....	41
6.5.3 Créditos a terceros .....	41
6.5.4 Cuentas por cobrar .....	41
<b>CAPÍTULO VII.-</b>	
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>42</b>
7.1 Flujo de efectivo (ingresos, costos, egresos) .....	43
7.2 Inversiones .....	44
7.3 Sensibilizaciones .....	45
7.4 Cálculo de VAN, TIR y otros indicadores financieros .....	46
7.5 Requerimientos de fondos de inversión .....	46
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>47</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>49</b>
<b>CAPÍTULO VIII.- .....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS O APÉNDICES .....</b>	<b>51</b>
A) Evaluación de la propuesta y Anteproyecto .....	52
B) Datos de la entrevista .....	63
C) Datos de la encuesta .....	65
Encuesta acerca de las Peluquerías Infantiles .....	65
D) Resultados de la encuesta .....	69
E) Modelo de Negocio .....	80

F) Flyers.....	81
G) Planilla Financiera .....	82
H) Prueba de Plagio.....	86

**Agradecimientos y**

**Dedicatorias**

## **Agradecimientos**

**A Dios** por permitirme llegar a ser lo que soy hoy y ayudarme a sobrellevar y superar los obstáculos que se me han presentado.

**A mi madre** por darme la vida, por ser una luchadora incansable que ha dado todo lo que ha estado a su alcance para que me desarrolle, me supere cada día más y sepa tomar las cosas buenas que son importantes para mi futuro.

**A mi padre** por ser mi guía y la persona que ha sacrificado lo que no tiene para educarme, la cabeza de la familia y ser un ejemplo notable de que las cosas se pueden lograr si le ponemos el empeño que le merece, ser mi soporte incondicional y sobre todo por ser mi padre.

**A Ivelisse Betermit y Wendy Castillo** por ser mi segunda familia, las personas que siempre han estado pendientes de mi crianza y superación constante, por siempre ser un apoyo para la familia y por quererme como un hijo.

**A la Familia Abud Pérez** por tan buena amistad, siempre abrirme las puertas de su hogar y por tantos consejos sabios para mi desarrollo que valoro y guardo con aprecio.

**A mis compañeras de Monográfico y amigas** Lissette Melo y Ana López, quienes permitieron concluir con éxito nuestro trabajo, y la importancia del trabajo en equipo para el logro de objetivos. Gracias por su amistad.

**Al profesor Juan E. Rosales** como asesor y maestro que hizo poner en marcha todos los conocimientos que he adquirido a lo largo de la carrera y desarrollar todo potencial emprendedor que hay en cada uno de nosotros.

***Francisco Alberto Borda Tavárez***

## **Agradecimientos**

**A Dios** por haberme permitido cumplir mis objetivos en esta etapa de mi vida, por haberme brindado salud y lo necesario para seguir adelante día a día.

**A mi padre Williz O. Melo Dumé** por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por enseñarme el valor de las cosas, de que todo en la vida cuesta pero también que todo es posible con esfuerzo y dedicación.

**A mi madre Ingry C. Peña Pimentel** por sus consejos, por infundir en mí valores que me han permitido ser una persona de bien.

**A mis hermanas** Massiel Melo, Leanny Melo, Liselot y Michelle Melo por ser mis mejores amigas, por brindarme su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

**A mis compañeros** de Monográfico Ana López y Francisco Borda por el apoyo completo que nos brindamos, por crear un ambiente donde prevalecía el respeto y la comunicación que nos ayudó a culminar nuestro trabajo con éxito.

**Al profesor Juan E. Rosales y a la asesora Margarita Abreu**, por su dedicación y asesoramiento para la realización de este trabajo.

***Lisette Aimey Melo Peña***

## **Agradecimientos**

**Le agradezco a Dios** por permitirme cumplir la meta de terminar mis estudios universitarios, y por iluminarme durante estos 4 años en el logro de los objetivos que me llevaron a consumir esta meta.

**A mi madre Nidia Díaz**, por darme la oportunidad de estudiar en una universidad como UNAPEC, y estar a mi lado en todo momento.

**A mi padre Guaroa López**, por su apoyo incondicional durante mis años de estudios y sus orientaciones para enseñarme los caminos correctos que se deben tomar y servirme como guía.

**A mis compañeros de Monográfico**, Lissette Melo y Francisco Borda, gracias por sus conocimientos, aportes y esfuerzos en la elaboración de este trabajo, por darles sentido al trabajo en equipo y acompañarme durante este proceso.

**Al profesor Juan Rosales**, por las enseñanzas transmitidas durante las clases y motivarnos a creer en nosotros mismos y a comprometernos con nuestro proyecto.

**A nuestra asesora Margarita Abreu**, por sus orientaciones que fueron de gran ayuda para realizar este trabajo.

***Ana Luisa López Díaz***

## **Dedicatorias**

**Dedico este monográfico a Dios y a mis padres.**

**A Dios** por permitirme lograr este objetivo tan importante en mi vida. Por darme la familia que tengo y por estar pendiente de mis tropiezos y logros, que han servido para seguir adelante.

**A mis padres: Francisco Borda y Brenda Tavárez**, este trayecto no hubiese sido posible sin su apoyo, por ser las personas que quieren lo mejor para mí y estar presentes en cada momento sin condición.

***Francisco Alberto Borda Tavárez***

## **Dedicatorias**

**A Dios**, el que me ha dado la fortaleza para continuar en este arduo camino con toda la humildad que de mi corazón emana, dedico a Él primeramente mi trabajo.

**A mi padre Williz O. Melo Dumé**, quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera, **a mi madre Ingry C. Peña Pimentel** , por haberme inculcado buenos sentimientos y valores, a ellos por haberme acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida.

***Lisette Aimey Melo Peña***

## **Dedicatorias**

**Dedico esta monografía a Dios y a mis padres.**

**A Dios**, porque todo se lo debo a Él.

**A mis padres**, Guaroa López y Nidia Díaz. Ha sido un trayecto largo, desde que comencé mis estudios en el colegio hasta culminar mis estudios universitarios, sin su apoyo incondicional no lo hubiera logrado.

***Ana Luisa López Díaz***

## **Introducción**

En la República Dominicana los negocios de las peluquerías infantiles son escasos debido a la exclusividad del servicio especializado para niños y niñas. La necesidad de estos negocios se debe a la importancia de mantener un ambiente donde se respete la niñez, se tengan los niveles adecuados de higiene y se trabaje con personal capacitado en este tipo de actividad.

Es en la etapa de la niñez donde el cuidado capilar adquiere más valor para conservar la naturalidad de los cabellos, hasta que los niños crecen y logran la autonomía en el cuidado de su imagen personal. Adicional a esto, el clima tropical del país obliga a las personas a tener más atención de sus cabellos, por ser más abrasivo y causar efectos negativos en la piel y en el pelo.

Este trabajo tendrá como objetivo general: Diseñar un Plan de Negocios para la creación de una peluquería masculina para niños.

El objetivo general será alcanzado con los siguientes objetivos específicos: Evaluar la viabilidad comercial identificando el mercado, competencia, consumidores y ventajas competitivas, evaluar la viabilidad técnica identificando las posibilidades físicas de producir el servicio, evaluar la viabilidad de gestión identificando las capacidades administrativas para el emprendimiento del proyecto y evaluar la factibilidad financiera, estimando la rentabilidad de la inversión, considerando el flujo de recursos y las fuentes de financiamiento de una peluquería masculina para niños.

La monografía estará estructurada en capítulos: el capítulo uno contendrá el Marco General en el que se expondrán varios temas de suma prioridad para el desarrollo y entendimiento de este proyecto como son: la definición del negocio y del equipo emprendedor, así como también la visión, misión y valores establecidos.

Así mismo en el capítulo dos se podrá apreciar el Análisis del Entorno, donde se especifican los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que influyen en el contexto del proyecto, la propuesta de valor y las informaciones del mercado objetivo.

Por otra parte el capítulo tres mostrará el Análisis Comparativo, que contiene el análisis FODA, los recursos y capacidades, al igual que los factores clave de la peluquería masculina para niños.

En tanto, en el capítulo cuatro se presentan los Objetivos Cuantitativos y Cualitativos que se pretende alcanzar con este Plan de Negocio, seguido del capítulo cinco que contiene las Estrategias Generales del proyecto.

De igual importancia, en el capítulo seis se trataran los Planes Operativos de mercadeo, ventas y organizacional, para culminar con el capítulo siete en donde se mostrará la Evaluación Financiera de la peluquería infantil.

**Capítulo I.-**  
**Marco General**

# Capítulo I

## Marco General

### 1.1 Resumen Ejecutivo

Este Plan de Negocio consistió en diseñar una peluquería infantil exclusiva para niños varones con el objetivo de ofrecer una gama de servicios estéticos especializados para el cuidado capilar de éstos.

La metodología empleada para la realización del proyecto fue la investigación descriptiva y el método inductivo, y los instrumentos utilizados fueron la entrevista y la encuesta que facilitaron la recopilación de datos necesarios.

Se identificó que los padres prefieren llevar a sus hijos a una peluquería infantil desde que cumplen el primer año de edad y que consideran dividir las peluquerías en adultos y niños, por elementos como la decoración infantil, los niveles de higiene y la experiencia de los peluqueros.

**Varoncitos Peluquería Infantil** es un concepto de negocio que tiene la intención de mejorar las actitudes de los niños con respecto a estos servicios estéticos y asistir a los padres en el cuidado capilar de sus hijos.

## **1.2 Definición del Negocio**

La Peluquería Masculina para niños nace a razón de incursionar en el sector de servicios estéticos para el cuidado capilar de éstos. Los niños, en la etapa de 2 a 10 años y en especial hasta los 5 años de edad, suelen experimentar sentimientos y emociones tales como miedo, turbación y aprensión al momento de realizarles un corte de cabello, lo cual genera preocupación para los padres.

El propósito de esta peluquería es el de crear y mantener un ambiente de confort para los niños que transmita serenidad y alegría, adecuando el local y sus instalaciones de manera infantil y llamativa para brindar un servicio excelente a sus clientes en el cuidado capilar de sus hijos.

Con este proyecto se pretende desarrollar una empresa de servicios que cuente con la preferencia de los clientes, y que contribuya a la tendencia de delimitar los servicios de las peluquerías para especializarse en los infantiles, además de asistir a los padres en esta etapa donde la importancia de cuidar el cabello de los niños radica en mantener la naturalidad de éste hasta que sean mayores y logren su autonomía.

## **1.3 Definición del equipo emprendedor**

El equipo que conforma este proyecto tiene como integrantes a personas con actitudes y aptitudes diferentes, lo cual ha beneficiado de gran manera en la elaboración de este plan de negocio. Son personas inteligentes, responsables y

talentosas que a través del trabajo en equipo han aplicado sus conocimientos para la realización de esta labor.

La Peluquería Masculina para niños estará organizada para brindar a sus clientes un servicio de calidad, distribuida en diferentes departamentos con la finalidad de cumplir los objetivos establecidos.

El equipo emprendedor está formado por:

**Francisco Alberto Borda**

Sus estudios fueron desarrollados en la carrera de Administración de Empresas, con la edad de 24 años. Hasta estos momentos su experiencia laboral está principalmente orientada a la tecnología, siendo en la actualidad Soporte Técnico en el área de informática para una institución pública. Dentro de las cualidades, buenas relaciones personales, trabajo en equipo, disponibilidad y responsabilidad.

**Lisette Aimey Melo**

Estudiante de término de Administración de Empresas, con 23 años de edad. Entre sus cualidades se destacan la honestidad, organización y el respeto. Encaminada siempre por hacer las cosas correctas y cumplir con sus asignaciones.

**Ana Luisa López**

Estudiante de término de Administración de Empresas, con 22 años de edad. Posee experiencia en el área de servicio al cliente, cobros, compras y ventas.

Entre sus cualidades se destacan la responsabilidad, honestidad y la disposición para realizar las labores.

#### **1.4 Visión**

“Ser la peluquería masculina infantil reconocida por el excelente servicio y trato brindado a sus clientes, manteniéndonos como preferencia de éstos en el cuidado capilar de sus niños”.

#### **1.5 Misión**

“Brindar los servicios estéticos de manera eficiente, contando con personal capacitado para satisfacer los gustos y preferencias de nuestros clientes”.

#### **1.6 Naturaleza del negocio**

La Peluquería Masculina para niños es un concepto de peluquería infantil dedicada a brindar servicios estéticos para niños en las edades de 2 a 10 años. Iniciaré ofertando los servicios básicos de lavado, corte, peinado, ventas de productos y asesoramiento para el cuidado capilar, ubicándose en la Zona Oriental de Santo Domingo.

#### **1.7 Valores**

- **Compromiso social con la infancia:** al trabajar con niños, nos comprometemos a cuidarlos, a mantener los niveles de higiene necesarios y a respetar su niñez.

- **Responsabilidad:** el personal tendrá conocimiento de las responsabilidades que conforman cada tarea asignada, con el fin de mantener la calidad en el servicio al cliente.
- **Honestidad:** que nos permita desarrollar de manera clara las metas y objetivos de la empresa.
- **Respeto:** para mantener la paz y un clima saludable entre los empleados y los clientes.
- **Creatividad:** que nos permite estar en la zona de aprendizaje para adaptar los conocimientos a las tendencias y ofrecer un servicio que esté a la vanguardia.
- **Vocación de servicio:** disposición en brindar un servicio eficiente para nuestros clientes y que sea de agrado para los niños.
- **Trabajo en equipo:** inculcar en los empleados el sentido de pertenencia hacia la empresa, para lograr en conjunto las metas y objetivos de ésta.

## **1.8 Filosofía**

Estamos comprometidos con la infancia, con el hecho de brindar a nuestros clientes un excelente servicio en el cuidado del cabello de sus hijos y que éstos sientan agrado al instante de recibir el servicio. Los niños serán los protagonistas de las actividades y tareas que se realizarán diariamente en la Peluquería Infantil.

## **Capítulo II.-**

### **Análisis del Entorno**

## Capítulo II

### Análisis del Entorno

#### 2.1 Macro entorno Político, Económico, Social y Tecnológico

El siguiente análisis del macro entorno estratégico de una Peluquería masculina para niños se realizó con la finalidad de identificar cuáles factores representan ventajas para el proyecto y cuáles pueden ser desventajas para éste.

##### Factores Políticos

Factores Políticos	Ventajas	Desventajas
<b>Legislación actual en el mercado local</b>	Programas destinados a facilitar crédito y asistencia técnica a las pequeñas empresas, como el caso de Promipyme / Banca Solidaria.	
<b>Legislación futura</b>	No se hará otra reforma tributaria ni se crearán más impuestos por los años que le restan al actual Gobierno. <sup>1</sup>	El proceso de reforma del Código del Trabajo que puede afectar la creación de nuevos empleos.
<b>Procesos y entidades reguladoras</b>	Ministerio de Industria y Comercio que soporta el programa Mipymes para la formalización de los pequeños negocios.	

<sup>1</sup> Diario Libre, “Ministro Peralta: el Gobierno se centrará en un pacto fiscal”, *Diario Libre*. Texto disponible en: [http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011\\_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html](http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html)

<p><b>Políticas gubernamentales</b></p>	<p>Los servicios de las peluquerías están exentos del pago de ITBIS según el Art. 344 del Código Tributario.</p>	
<p><b>Periodo gubernamental y cambios</b></p>	<p>En un nuevo periodo gubernamental se sostendrá el crecimiento de la economía que ha sido impulsado por el actual Gobierno del país.</p>	<p>La interrupción, debido a un nuevo periodo gubernamental, de los programas destinados al desarrollo de nuevos negocios iniciados por el Gobierno actual.</p>
<p><b>Financiamientos e iniciativa</b></p>	<p>Prestamos por parte de instituciones gubernamentales para fomentar el desarrollo de nuevos negocios micro y pequeños.</p>	

## Factores Económicos

Factores Económicos	Ventajas	Desventajas
<b>Situación económica actual</b>	La estabilidad económica puede reducir los costos económicos y fomentar el desarrollo de los negocios.	La inestabilidad económica provoca que los negocios se dediquen a subsistir en lugar de producir lo cual no genera beneficio para los dueños ni aporta al país.
<b>Tendencia en la economía actual</b>	Es la de lograr la estabilidad económica.	
<b>Asuntos generales de impuestos</b>	La no creación de nuevos impuestos para la sociedad sino de un pacto fiscal que será aplicado a partir del año 2016. <sup>2</sup>	El incremento de las tasas de impuestos debido a la Reforma Fiscal, induce el desembolso de montos más altos de dinero, lo cual afecta a todos los negocios del país.
<b>Ciclos de negocios</b>		Pueden provocar el cierre de actividades de negocios que no logren la subsistencia durante las distintas etapas.

<sup>2</sup> Diario Libre, “Ministro Peralta: el Gobierno se centrará en un pacto fiscal”, *Diario Libre*. Texto disponible en: [http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011\\_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html](http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html)

## Factores Sociales

<b>Factores Sociales</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Ubicación geográfica</b>	Ubicado en la zona Este de Santo Domingo, donde son escasas las peluquerías para niños.	
<b>Actividades</b>	Ventas de productos para el cuidado del cabello y servicios personalizados.	Servicios dirigidos a los niños.
<b>Nivel socioeconómico</b>	Dirigido a la clase media.	
<b>Mercado Potencial</b>	Dirigido a los niños de 2 a 10 años de edad.	
<b>Precio</b>	Precios ajustados a la capacidad de pago de la clase media.	

## Factores Tecnológicos

Factores Tecnológicos	Ventajas	Desventajas
<p><b>Tecnologías para el incremento de la competitividad de las empresas</b></p>	<p>El resultado de la tecnología se presenta en nuevos productos y nuevos servicios.</p>	<p>Dejar de lado la creciente cantidad de innovaciones, convierte a la peluquería masculina para niños en un lugar con pocas opciones a elegir.</p>
<p><b>Gama actual de tecnologías</b></p>		<p>El sector de la peluquería para niños que no emplee cambios tecnológicos para el avance en sus procesos se encontraran con que los clientes vean su manejo obsoleto.</p>
<p><b>La forma en que asimila el sector de la peluquería para niños las nuevas tecnologías</b></p>	<p>La tecnología es un factor constante de cambio que debe adoptarse de manera progresiva y que sea beneficioso en el área laboral de la peluquería, mantenerse al día con los nuevos productos encamina al progreso de la empresa.</p>	

<p><b>Implementación de nuevas tecnologías ayudando a que los clientes las reciban con aceptación</b></p>	<p>El uso de medios informativos (publicidad), contribuye al proceso de aceptación de los clientes de lo que es el cambio.</p>	
<p><b>Herramientas de la actualidad, que resultan básicas para el peluquero</b></p>	<p>Disponer de personal que se mantenga en constante capacitación permite tener un conocimiento más amplio de sus clientes así como sus posibles gustos.</p>	<p>Resistencia al cambio y a las nuevas tendencias.</p>

## 2.2 Mercado

### 2.2.1 Mapa de empatía

Acerca de las peluquerías masculinas para niños:

<p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p> <p><i>Preocupación por la higiene del local y de los utensilios.</i></p> <p><i>El peluquero debe sentir empatía por los niños.</i></p> <p><i>Se debe tener paciencia, delicadeza y cuidado al momento de recortar el cabello.</i></p> <p><i>Es un lugar ideal para llevar al niño.</i></p> <p><i>El estilista debe ser profesional.</i></p>	<p><b>¿Qué dice y hace?</b></p> <p><i>Que den un buen servicio.</i></p> <p><i>Que lo recorten como los padres indiquen.</i></p> <p><i>Que sea sólo un peluquero quien recorte al niño.</i></p> <p><i>Que brinden un servicio personalizado.</i></p>
<p><b>¿Qué oye?</b></p> <p><i>No se habla mucho de las peluquerías para niños ya que son poco comunes.</i></p>	<p><b>¿Qué ve?</b></p> <p><i>No las he visto.</i></p> <p><i>Descuido en el uniforme que usan los peluqueros.</i></p> <p><i>Comodidad del local.</i></p> <p><i>El tiempo de espera es menor.</i></p>
<p><b>Dolor</b></p> <p><i>Que no sepan recortarlo por las orejas.</i></p> <p><i>Los riesgos de contraer una infección en el cuero cabelludo o en la piel.</i></p> <p><i>Que le causen una herida.</i></p> <p><i>Que den un mal servicio.</i></p>	<p><b>Beneficios</b></p> <p><i>El niño está más tranquilo.</i></p> <p><i>Más cuidado al momento de dar el servicio.</i></p> <p><i>La satisfacción de que el peluquero tiene experiencia con niños.</i></p> <p><i>Los servicios complementarios que tienen, como la venta de productos.</i></p>

## **2.3 Propuesta de valor**

La peluquería masculina para niños ofrecerá a sus clientes:

- Excelentes precios
- Ambientación del local adecuada y llamativa para niños
- Servicio especializado
- Peluqueros profesionales y con experiencia trabajando con niños
- Horario extendido
- Venta de productos para el cuidado del cabello
- Regalos para los niños al terminar cada servicio
- Seguridad del local y parqueos
- Mantenimiento de la higiene del local y la esterilización de los utensilios usados para realizar los cortes de cabello, para prevenir los contagios y propagación de enfermedades de la piel

## **2.4 Tendencias y ventajas**

Las peluquerías infantiles fueron ideadas debido a los temores de los padres de familia y a la falta de disposición de los peluqueros, de los cuales, además del conocimiento de su profesión, pocos tenían la paciencia necesaria para realizar cortes de cabello a los niños. Con el tiempo, se descubrió que este nuevo concepto en peluquerías es también un lugar en el que un niño se siente a gusto,

debido a la atención, decoración y cuidados que los estilistas ponen en su labor y que los padres también deben tener en cuenta en casa o al elegir una peluquería.<sup>3</sup>

Para los niños cortarse el cabello representa una experiencia no agradable para su entendimiento, debido a que se enfrentan ante un ambiente diferente que fue planteado para otro tipo de público.

Hoy en día en la República Dominicana se ha implementado este tipo de negocio con el objetivo de brindar a los padres un servicio especializado para sus hijos, ofreciendo una amplia gama de ofertas para el cuidado del cabello de los infantiles.

Las ventajas que presenta este negocio son la división de las peluquerías masculinas en adultos y niños, la ambientación del local de modo infantil para que los niños se sientan en un lugar acogedor de manera que puedan disfrutar del servicio y los niños estarán rodeados de más niños en lugar de personas adultas, entre otros.

## **2.5 Clientes**

Nos dirigimos a los padres de clase media a alta con niños entre 2 a 10 años de edad, de Santo Domingo Este.

---

<sup>3</sup> Sandra y Rodrigo. El corte de pelo en los niños: La peluquería infantil. *Mi Kinder* [en línea]. 31 de Octubre del 2007. Texto disponible en: <http://mikinder.blogspot.com/2007/10/el-corte-de-pelo-en-los-nios-la.html>

## 2.6 Mercado

El **mercado total** al cual se dirige el proyecto está formado por las familias con niños entre 2 a 10 años de edad de la República Dominicana, lo cual supone para el periodo 2014-2015 una población de 1,462, 253 niños varones.<sup>4</sup>

En el mismo orden, el **mercado potencial** son las familias con niños entre 2 a 10 años de edad de Santo Domingo Este, en el que se estima una población de 248, 583 niños varones.

En ese sentido, el **mercado meta** del proyecto será el 8% del mercado potencial.

## 2.7 Competencia

La competencia del proyecto de una peluquería para niños se presenta de la siguiente manera:

### Directos

- Peluquería para niños Garfield
- Peluquería para niños Cortecito
- Friends Kids Salón

### Indirectos

- Salones de belleza y peluquerías en general de Santo Domingo Este.

---

<sup>4</sup> Población urbana estimada y proyectada por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad 1990-2020. Documento disponible en: <http://www.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&catid=76>.

## Potenciales

- Futuros salones de belleza y peluquerías, tanto para niños como para jóvenes y adultos, que surjan en el trayecto de la creación del proyecto.

Competidores	Factores clave de éxito	Debilidades
<b>Peluquería para niños Garfield</b>	-Ubicada en el sector Piantini -Publicidad -Excelentes servicios	-No laboran los domingos ni días feriados
<b>Peluquería para niños Cortecito</b>	-Primera y única peluquería para niños de la Zona Oriental	-Disponibilidad de horario -Ubicación del local
<b>Friends Kids Salón</b>	-Publicidad en Internet -Cuenta con peluqueros profesionales con experiencia en cortes de cabellos para niños	-Ubicación del local -Parqueos

## 2.8 Mercado Potencial

Mercado Potencial	Población estimada en 1 año	Precio por servicio	Total
<b>Niños de sexo masculino de Santo Domingo Este</b>	248, 583	<b>RD\$300.00</b>	<b>RD\$74, 574, 900.00</b>

Años	Mercado Potencial	Objetivos de participación	Proyección estimada
<b>1</b>	RD\$74,574,900.00	<b>5%</b>	RD\$3,728,745.00
<b>2</b>	RD\$78,303,645.00	<b>5.40%</b>	RD\$4,228,396.83
<b>3</b>	RD\$82,532,041.83	<b>6%</b>	RD\$4,951,922.51
<b>4</b>	RD\$87,483,964.34	<b>7.00%</b>	RD\$6,123,877.50
<b>5</b>	RD\$93,607,841.84	<b>8%</b>	RD\$7,488,627.35
<b>Total:</b>	<b>RD\$416,502,393.01</b>		<b>RD\$26,521,569.19</b>

**Capítulo III.-**  
**Análisis Comparativo**

## Capítulo III

### Análisis Comparativo

#### 3.1 Análisis FODA

Para delimitar la estrategia de negocio de la Peluquería para niños se realizó el siguiente análisis FODA para evaluar la situación interna y externa del proyecto, el cual nos permitirá precisar los cursos de acción necesarios para la estrategia de negocio.

#### Análisis Interno

##### Fortalezas

- Capacitación de personal, peluqueros profesionales con experiencia de 1 año o más trabajando con niños
- Horario extendido de lunes a domingo incluyendo los días feriados
- Precios asequibles
- Esterilización de las herramientas de trabajo para prevenir enfermedades contagiosas
- Asesorías para el cuidado del cabello de los niños por parte de los peluqueros

##### Debilidades

- Alquiler del local
- Consumo de energía eléctrica y costos de la misma

- Suministro local de agua

## **Análisis Externo**

### **Oportunidades**

- Ubicación estratégica en la Zona Oriental donde existen escasas peluquerías infantiles.
- Se estará incursionando en un concepto de peluquerías que sigue siendo nuevo en la República Dominicana.
- Los servicios se dirigen a un público en específico, por lo cual están más especializados.

### **Amenazas**

- Precios por servicio de los competidores, los cuales ya están posicionados y pueden ofertar a menor precio.
- El proceso de fidelizar a los clientes puede tardar más al ser un negocio nuevo.
- La entrada de nuevos competidores en la Zona Oriental.

## 3.2 Recursos y capacidades

El plan de negocio de la Peluquería Masculina para niños distingue los siguientes recursos y capacidades:

	Peluquería para niños Garfield			Peluquería para niños Cortecito			Friends Kids Salón		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Relación con los clientes			X			X			X
Calidad del servicio	X			X			X		
Innovación		X			X			X	
Precio		X			X			X	
Capital del trabajo			X			X			X
Mercadeo		X			X			X	
Comercialización		X			X			X	
Marca		X			X			X	
Administración	X			X			X		

### 3.3 Factores claves: recursos y actividades

#### Recurso clave

Humanos	
Peluqueros	Personal de limpieza
Personal de seguridad	Personal de administración

#### Actividades claves

Producción	
Cortar el cabello	Peinar
Lavar el cabello	Asesoramiento para el cuidado del cabello
Ventas de productos para el cuidado capilar	Limpieza del local
Esterilización de las herramientas de trabajo	Vigilancia del local
Contabilidad	Publicidad

## **Capítulo IV.-**

### **Objetivos Cuantitativos y Cualitativos**

## Capítulo IV

### Objetivos Cuantitativos y Cualitativos

#### 4.1 Objetivos Cuantitativos

Ventas	Prom. Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lavado y Corte	1,950,836.61					
		847,497	1,074,831	30,087,786	31,195,038	32,343,692
Línea Capilar		918,121	1,164,400	6,240,430	6,470,082	6,708,321
VAN	24,429,684.66					
TIR	87%					

#### 4.2 Objetivos Cualitativos

- Introducir nuestros servicios en el mercado actual.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Emplear las mejores técnicas para desarrollar y hacer crecer el negocio.
- Adaptar nuestro concepto de servicio con las tendencias actuales.

**Capítulo V.-**  
**Estrategias Generales**

## Capítulo V

### Estrategias Generales

#### 5.1 Servicios

La Peluquería Masculina para Niños pretende ofrecer los servicios de corte, lavado, peinado y cuidado capilar de niños entre 2 años a 10 años de edad, dirigiéndose a las familias con hijos en esta etapa de la niñez de Santo Domingo Este.

Se contará con una amplia gama de servicios adaptados a las últimas tendencias en este tipo de actividad:

- Ambientando el local de manera infantil y llamativa para los niños y brindando un servicio especializado con asesorías por parte de peluqueros profesionales y con experiencia trabajando con niños.
- Con el propósito de agradar a los niños se les obsequiara un detalle para complementar cada servicio brindado y mantener la satisfacción de los mismos.

Servicios	Productos
Lavado	Líneas de productos para el cuidado capilar de los niños
Corte	
Peinado	
Asesoría para el cuidado capilar	

## **5.2 Segmentos de Mercado**

Nuestros clientes a nivel socio-demográfico son los padres de clase media a alta con niños entre 2 a 10 años de edad, de Santo Domingo Este.

## **5.3 Mercado geográfico**

El proyecto de la Peluquería para niños estará ubicado en Santo Domingo Este, específicamente en el sector Ensanche Ozama, teniendo como oportunidad que en este sector son escasos este tipo de negocio para llegar a un posicionamiento clave en el mercado objetivo.

## **5.4 Capacidad y recursos internos**

- **Calidad del servicio:** peluqueros profesionales con experiencia de 1 año o más trabajando con niños y productos de calidad para el cuidado del cabello.
- **Rapidez:** cantidad adecuada de peluqueros para mantener un tiempo de espera razonable para los clientes.

## **5.5 Organización**

La peluquería para niños será una empresa dedicada a los servicios estéticos, con fines de lucro y dentro de la categoría de pequeña empresa.

## **5.6 Adquisiciones**

Para iniciar el negocio de la peluquería se hará necesaria la adquisición de los siguientes mobiliarios:

Mueblería	Equipos para peluquería	Decoración	Misceláneos
Sillón	Sillas para peinar	Juguetes	Productos para el cuidado capilar
Sillas	Lavapelos	Libros infantiles	Computadora
Mesas	Cepillos y Peines	Pizarras	Caja registradora
Counter	Tijeras	Cuadros	Televisión
Espejos	Blowers	Carteles	Toallas
Vitrinas	Maquinilla de cortar cabello	Adornos	Material gastable
Gaveteros	Capas	Tabletas	Productos de limpieza

## 5.7 Tipos y origen de los insumos

Los insumos del proyecto se dividen en:

Trabajo	Capital
Recursos humanos	Instalaciones
	Energía eléctrica
	Suministros de agua
	Servicio de telefonía fija e internet
	Cable

## **5.8 Alianzas**

Las alianzas de este proyecto serán con los proveedores de los productos para el cuidado capilar de los niños con el fin de obtener mejores costos en la compra de estas mercancías y rentabilidades con las ventas de estos productos.

**Capítulo VI.-**  
**Planes Operativos**

## Capítulo VI

### Planes Operativos

#### 6.1 Mercadeo

##### 6.1.1 Mercado Objetivo

Años	Mercado Potencial	Objetivos de participación	Proyección estimada	%
1	RD\$74,574,900.00	5%	RD\$3,728,745.00	
2	RD\$78,303,645.00	5.40%	RD\$4,228,396.83	0.40%
3	RD\$82,532,041.83	6%	RD\$4,951,922.51	0.60%
4	RD\$87,483,964.34	7.00%	RD\$6,123,877.50	1%
5	RD\$93,607,841.84	8%	RD\$7,488,627.35	1%
<b>Total:</b>	<b>RD\$416,502,393.01</b>		<b>RD\$26,521,569.19</b>	

**Varoncitos Peluquería Infantil** pretende alcanzar los siguientes objetivos de ventas:

**Año 1:** El objetivo de participación será de un 5% del mercado potencial, siendo las ventas RD\$3, 728, 745.00

**Año 2:** Incremento de un 0.40% para un objetivo de 5.40% del mercado potencial, con una proyección estimada de RD\$4, 228, 396.83

**Año 3:** Aumento de un 0.60%, obteniendo una participación de un 6% del mercado potencial, para un pronóstico de RD\$4, 951, 922.51

**Año 4:** 7% del mercado potencial (incremento de 1%) para un pronóstico de RD\$6, 123, 877.50

**Año 5:** 8% del mercado potencial, con un aumento de 1%, para un pronóstico de RD\$7, 488, 627.35

### **6.1.2 Estrategia Competitiva**

La estrategia competitiva para la Peluquería Infantil Varoncitos será la de **diferenciación**, debido a que es una peluquería **exclusiva** para niños varones en edades de 2 a 10 años. Por tanto los servicios serán más especializados y acorde a las necesidades de los clientes.

### **6.1.3 Posicionamiento**

Con la finalidad de cumplir con la visión de ser la peluquería masculina infantil reconocida por el excelente servicio y trato brindado a los clientes, manteniéndonos como preferencia de éstos en el cuidado capilar de sus niños, desarrollaremos las estrategias de posicionamiento necesarias para obtener la aceptación del mercado al cual se dirige el proyecto.

### **6.1.4 Estrategia de Precio**

Los precios de los servicios ofrecidos por **Varoncitos Peluquería Infantil** están dirigidos al público al cual está destinado este proyecto. Los servicios de lavado, corte y peinado serán pagados de contado y los productos para el cuidado capilar tendrán la opción de crédito a 15 días de entrega, para los clientes frecuentes de la peluquería.

Los precios detallados son los siguientes:

**Lavado, corte y peinado** RD\$ 300.00

**Asesorías para el cuidado capilar** Gratis

**Productos para el cuidado capilar** RD\$650.00 (precio estándar)

Adicional, se estarán ofertando en promociones temporales, cupones de descuentos a través de las páginas web Viagrupo.com, Tuangou.com y Megusta.com, combos de productos y la opción de tarjetas de regalo.

#### 6.1.5 Estrategia de Marca



Para el nombre de la Peluquería Infantil fue escogido “Varoncitos”, debido a que será exclusiva para los niños entre 2 a 10 años de edad, lo cual queda ilustrado para el público, con la imagen del niño sustituyendo la letra o. La tijera y el peine son simbólicos de una peluquería y el color azul usado para diferenciar al sexo masculino.

### 6.1.6 Estrategia de Comunicación

En la estrategia de comunicación utilizaremos los siguientes medios para llegar a nuestros clientes:

Comunicación	Descripción
<b>Flyers</b>	200 flyers para ser distribuidos en la comunidad cercana.
<b>Anuncio en el periódico Diario Libre</b>	2 anuncios por semana durante 1 mes, los días lunes y miércoles en la sección de Plaza Libre.

### 6.1.7 Estrategia de Promoción

El plan de promoción para atraer a nuestro público objetivo será el siguiente:

Promoción	Descripción
<b>Cupones</b>	Otorgar el derecho a los clientes de usarlo para algún beneficio dentro del establecimiento.
<b>Ofertas</b>	2x1 en la compra de productos y servicios.
<b>Concursos</b>	Sorteos de productos o servicios completamente gratis.
<b>Muestras gratuitas</b>	Muestras de los productos sin costo alguno.
<b>Regalos</b>	Obsequios para los niños.
<b>Descuentos</b>	Reducción del precio regular por un periodo de tiempo determinado.

### **6.1.8 Web**

***Varoncitos Peluquería Infantil*** contará con una página web que será configurada como [www.varoncitospeluinfantil.do](http://www.varoncitospeluinfantil.do) con el fin de brindar a los clientes las informaciones básicas de:

- Teléfonos
- Ubicación
- Horarios
- Informaciones de cómo seguir a la peluquería a través de Facebook, Twitter e Instagram.
- Mensajería
- Ofertas temporales
- Buzón de quejas y sugerencias

### **6.1.9 Plan por canal**

La relación con el cliente será directa, por lo cual el canal utilizado será el directo. El plan por canal se detallará con las estrategias de ventas a continuación, elaboradas con el objetivo de atraer y fidelizar a los clientes.

## **6.2 Ventas**

### **6.2.1 Estrategia**

Las estrategias que se utilizarán para aumentar las ventas de los servicios que se van a ofertar son:

- La emisión de cupones de ofertas a través de páginas web como Viagrupo.com, Tuangou.com y Megusta.com

- Ventas de combos de productos de contado o a crédito
- Ofertas temporales
- Tarjetas de regalo

### 6.2.2 Canales

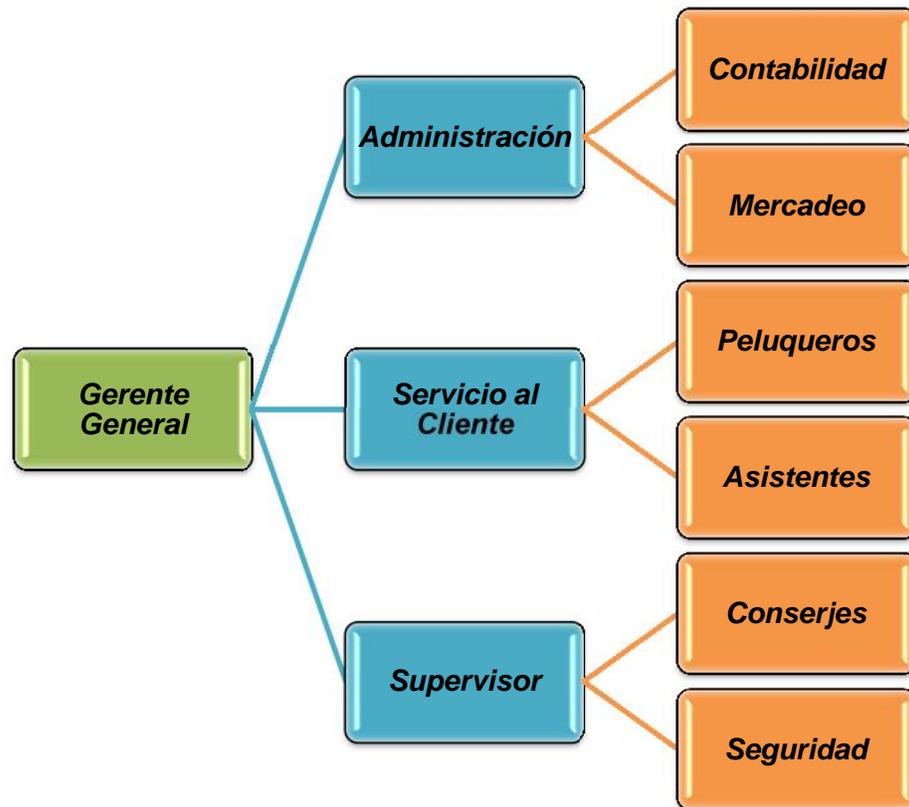
El canal de venta es directo debido a que el servicio se aplica a los niños.

### 6.2.3 Línea de servicios

Servicios	Productos
Lavado	Líneas de productos para el cuidado capilar de los niños
Corte	
Peinado	
Asesoría para el cuidado capilar	

## 6.3 Organizacional

### 6.3.1 Organigrama



### 6.3.2 Equipo y Staff

- **Gerente General**

Es la persona encargada de velar por el buen funcionamiento de todas las áreas de la peluquería. Tiene como responsabilidad el manejo y resolución de conflictos y reclamaciones, planeación y desarrollo de las metas a corto y largo plazo relacionadas con los objetivos anuales y la contratación de nuevo personal.

- **Administración**

Se encarga del cobro de los servicios y de brindar las informaciones necesarias con respecto a éstos. Sus funciones son reportar los ingresos y egresos diarios de la empresa, manejo de caja chica, administración de los niveles de inventario de material gastable y gestionar las adquisiciones de éstos.

- **Contabilidad**

Administra las cuentas de la empresa y proporciona las informaciones de manera sistemática de la situación económica de ésta. Se encarga del pago de los servicios contratados, del local, de los impuestos, de los proveedores y de los empleados.

- **Mercadeo**

Elabora los planes de marketing de la empresa con la finalidad de alcanzar los objetivos de ésta y relacionándose con los planes estratégicos elaborados por el Gerente General. Se encarga de la publicidad y las relaciones con los clientes a través de los distintos medios como página Web, Social Media, entre otros.

- **Servicio al cliente**

Dirige a los clientes al área de lavado o corte, asignándoles un peluquero en específico y se le encomienda el listado de clientes con la finalidad de que sean atendidos en el orden correspondiente y así mantener un tiempo de espera razonable. Otra de sus funciones es la de brindar a los clientes los refrigerios que desee.

- **Peluqueros**

Profesionales destinados a realizar las labores de corte y peinado a los niños y asesorar a los padres acerca del cuidado capilar de sus hijos. Estarán autorizados a vender los productos ofertados en la peluquería.

- **Asistentes**

Su función es la de asistir a los peluqueros en la realización de los servicios y estarán destinados al lavado de cabello de los niños.

- **Supervisor**

Se le encomienda la supervisión de los conserjes y personal de seguridad con la finalidad de conservar un ambiente limpio e higienizado y mantener un clima de organización dentro y fuera del establecimiento.

- **Conserjes**

Su función es la de mantener la limpieza e higiene del local y sus instalaciones, así como la esterilización de los instrumentos que se utilizan para realizar los cortes de cabello y peinado.

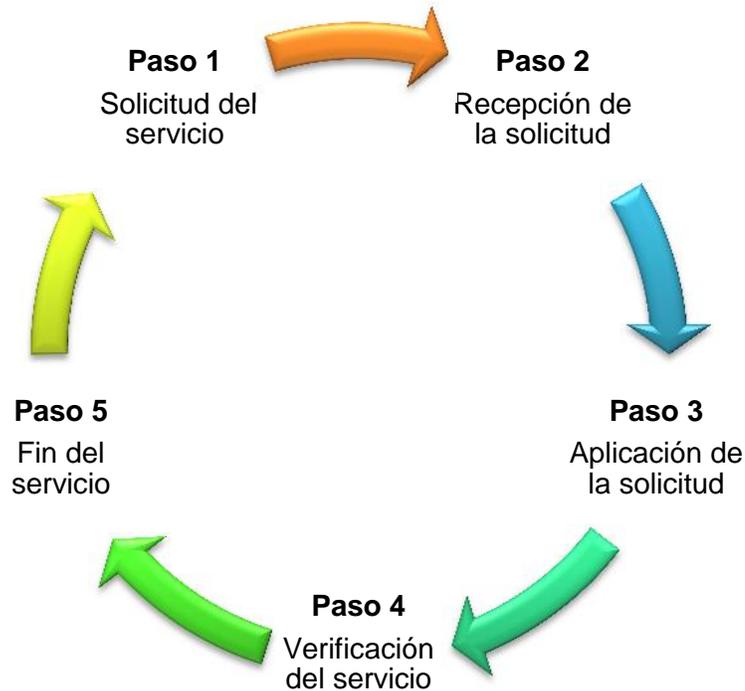
- **Seguridad**

Persona encargada de la vigilancia en la entrada y salida de los clientes al establecimiento, así como también del cuidado de los vehículos estacionados.

## 6.4 Operación y Logística

### 6.4.1 Proceso

El proceso de entrega del servicio será como sigue:



### 6.4.2 Proveedores

Los proveedores con los cuales se harán alianza son los distribuidores autorizados de los productos para el cuidado capilar de los niños.

## 6.5 Administración y Finanzas

### 6.5.1 Políticas de pagos

- **Servicios:** las facturas correspondientes a los consumos de energía eléctrica, servicio de telefonía fija e internet y cable, serán pagadas mediante cheques antes de las fechas límite de pago.

- **Otros servicios:** el pago de las facturas de suministro de agua y recogida de basura serán efectuados a través de la tarjeta de crédito corporativa, antes de las fechas límite de pago.
- **Local:** el alquiler y el mantenimiento del local serán pagados mediante transferencias bancarias los días 30 de cada mes.
- **Nomina:** el pago de nómina de los empleados será efectuado a través de depósitos bancarios los días 10 de cada mes.
- **Tarjeta de crédito corporativa:** el pago de esta tarjeta será efectuado en cheque antes de la fecha límite de pago.
- **Proveedores:** las facturas serán pagadas a consignación en cheque o transferencia bancaria.

#### **6.5.2 Políticas de cobro**

Los términos de cobros de los servicios de la Peluquería Infantil serán del 100% de contado, en efectivo y tarjetas de crédito o débito. No se aceptaran pagos en cheques ni por transferencias bancarias.

#### **6.5.3 Créditos a terceros**

Se otorgaran créditos a los clientes frecuentes de la peluquería en la compra de los productos para el cuidado capilar de los niños.

#### **6.5.4 Cuentas por cobrar**

El cobro de las facturas a crédito de los productos vendidos para el cuidado capilar, será gestionado por el encargado de contabilidad. El término de pago de esas facturas será del 100% a 15 días de entrega.

**Capítulo VII.-**  
**Evaluación Financiera**

## Capítulo VII

### Evaluación Financiera

#### 7.1 Flujo de efectivo (ingresos, costos, egresos)

En la presentación del flujo de efectivo se mostrará la situación económica de la empresa proyectada a 5 años, se realiza para identificar los ingresos, costos y egresos.

La evaluación financiera permite tener una idea de cuál será la posición de la empresa, financiera y económicamente. El plan de negocio de Varoncitos Peluquería Infantil tiene un rendimiento esperado a futuro de acuerdo a la TIR de 87% y un VAN de RD\$24, 429,684.66 con una tasa de descuento de 18%, apoyados en estos resultados se puede decir que el proyecto es viable y rentable en el mediano y largo plazo.

#### Evaluación Flujo de Caja (RD\$)

	1	2	3	4	5	Total	%
<b>Ingresos</b>	1,765,618	2,239,230	36,328,215	37,665,120	39,052,014	117,050,197	100%
<b>Lavado y Corte</b>	847,497	1,074,831	30,087,786	31,195,038	32,343,692	95,548,843	82%
<b>Productos Cuidado Capilar</b>	918,121	1,164,400	6,240,430	6,470,082	6,708,321	21,501,354	18%
	-	-	-	-	-	-	0%
<b>Egresos</b>	7,425,823	7,744,091	7,848,439	7,958,086	8,073,325	39,049,765	33%
<b>Costos Fijos de Producción</b>	4,655,878	4,950,465	5,052,015	5,158,793	5,271,091	25,088,242	21%
<b>G&amp;A Directo</b>	2,681,664	2,681,664	2,681,664	2,681,664	2,681,664	13,408,320	11%
<b>Marketing</b>	88,281	111,962	114,761	117,630	120,570	553,203	0%
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	(5,660,205)	(5,504,860)	28,479,776	29,707,034	30,978,688	78,000,432	67%
<b>Impuesto a la Utilidad (25%)</b>	-	-	7,119,944	7,426,758	7,744,672	22,291,374	19%
<b>Utilidad después Impuestos</b>	(5,660,205)	(5,504,860)	21,359,832	22,280,275	23,234,016	55,709,058	48%

Inversiones									
Inversiones	(218,000)	-	-	-	-				
Campaña de lanzamiento	(150,000)	-							
Capital de trabajo	(1,100,000)	-	-	-	-	1,100,000			
Flujo de Caja Neto	(1,468,000)	(5,660,205)	(5,504,860)	21,359,832	22,280,275	23,234,016	55,709,058	48%	
Flujo de Caja Neto Acumulado		(7,128,205)	(12,633,066)	8,726,766	31,007,041	54,241,058			
Tasa de Descuento	18%								
24,429,684.66	VAN								
87%	TIR								
Márgenes del Proyecto	-	1	2	3	4	5			
Margen Operacional	-	-321%	-246%	78%	79%	79%			
Margen Neto	-	-321%	-246%	59%	59%	59%			
Tasas de Crecimiento	%								
Ingresos de Operación	3%								
Costos de Operación	1%								

## 7.2 Inversiones

El total de la inversión inicial requerida para llevar a cabo este plan de negocio es de RD\$532,365.00, de los cuales se debe tomar en cuenta el capital de trabajo, las maquinarias y los equipos, al igual que la campaña de lanzamiento:

Descripción	Monto
<b>Maquinarias y Equipos</b>	RD\$217,205.00
<b>Campaña de lanzamiento</b>	RD\$15,160.00
<b>Capital de trabajo</b>	RD\$300,000.00
<b>Total</b>	<b>RD\$532,365.00</b>

### 7.3 Sensibilizaciones

El análisis de sensibilidad realizado proyectó que los ingresos aceptan una baja del 40% y esto no afecta de manera directa la rentabilidad.

#### Análisis de Sensibilidad

(Miles de RD\$)

Ítem de Resultados	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		1,765,618	2,239,230	36,328,215	37,665,120	39,052,014
Factor de Sensibilización		60%	60%	60%	60%	60%
Ingresos Corregidos		1,059,371	1,343,538	21,796,929	22,599,072	23,431,208
Costos Materias Primas		(4,655,878)	(4,950,465)	(5,052,015)	(5,158,793)	(5,271,091)
Otros Costos Directos		(876,000)	(876,000)	(897,900)	(920,348)	(943,356)
<b>Margen de Explotación</b>		<b>(4,472,508)</b>	<b>(4,482,927)</b>	<b>15,847,015</b>	<b>16,519,932</b>	<b>17,216,761</b>
<b>G&amp;A Directo</b>		<b>(2,681,664)</b>	<b>(2,681,664)</b>	<b>(2,681,664)</b>	<b>(2,681,664)</b>	<b>(2,681,664)</b>
<b>Marketing</b>		<b>(88,281)</b>	<b>(111,962)</b>	<b>(114,761)</b>	<b>(117,630)</b>	<b>(120,570)</b>
<b>ventas</b>		-	-	-	-	-
<b>Distribución</b>		-	-	-	-	-
<b>Resultado Operacional</b>		<b>(7,242,452)</b>	<b>(7,276,553)</b>	<b>13,050,590</b>	<b>13,720,638</b>	<b>14,414,527</b>
Otros Ingresos No Operacionales		-	-	-	-	-
Gastos Financieros		-	-	-	-	-
Amortización Intangibles		-	-	-	-	-
Otros Gastos No Operacionales		-	-	-	-	-
<b>Resultado No Operacional</b>		-	-	-	-	-
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>(7,242,452)</b>	<b>(7,276,553)</b>	<b>13,050,590</b>	<b>13,720,638</b>	<b>14,414,527</b>
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	-	-	3,262,647	3,430,160	3,603,632
<b>Utilidad después Impuestos</b>	<b>0</b>	<b>(7,242,452)</b>	<b>(7,276,553)</b>	<b>9,787,942</b>	<b>10,290,479</b>	<b>10,810,895</b>
<b>EBITDA</b>		<b>(7,242,452)</b>	<b>(7,276,553)</b>	<b>13,050,590</b>	<b>13,720,638</b>	<b>14,414,527</b>
<b>% Ebitda</b>		<b>-684%</b>	<b>-542%</b>	<b>60%</b>	<b>61%</b>	<b>62%</b>

#### **7.4 Cálculo de VAN, TIR y otros indicadores financieros**

El proyecto proporciona los siguientes resultados financieros, con un retorno de la inversión en el tercer año.

<b>Tasa de Descuento</b>	18%
<b>VAN</b>	24,429,684.66
<b>TIR</b>	87%

#### **7.5 Requerimientos de fondos de inversión**

Para llevar a cabo el proyecto de Varoncitos Peluquería Infantil requerimos una inversión inicial de RD\$532,365.00, los cuales corresponden a los mobiliarios y equipos, plan de lanzamiento y capital de trabajo. Cada uno de los emprendedores aportará al proyecto RD\$177,455.00, por consiguiente no necesitaremos la solicitud de préstamos para dichos fines.

## **Conclusión**

Con la realización de este Plan de Negocio, se obtienen los resultados de que a partir de los diferentes análisis aplicados, que fueron el Análisis del Entorno, el Análisis Comparativo y el Análisis Financiero, el proyecto presenta factibilidad y rentabilidad desde los aspectos económicos, financieros y mercadológicos.

Varoncitos Peluquería Infantil será un negocio de servicios estéticos que cuenta con el apoyo de los planes estratégicos y resultados de este Plan de Negocio, para su implementación, correcto funcionamiento y sostenibilidad.

Con la elaboración de este documento se identificaron oportunidades y se desarrollaron actitudes que permitieron con éxito la culminación de éste. Se les agradece al profesor Juan Rosales y a la asesora Margarita Abreu por sus conocimientos transmitidos y sus orientaciones para la confección de esta monografía.

## Recomendaciones

Al culminar los análisis necesarios para evaluar el proyecto, **Varoncitos**

### **Peluquería Infantil:**

- Se recomienda, debido a que se encargará del cuidado capilar de los integrantes más importantes de una familia, los niños.
- Se recomienda, porque contará con personal capacitado para ofrecer un excelente servicio a sus clientes, en horarios adecuados.
- Se recomienda, puesto que al final de cada servicio se le otorgará a los niños un pequeño regalo, como valor agregado, con el fin de conservar sus sonrisas.
- Se recomienda, ya que los precios de los servicios serán asequibles para el mercado objetivo de este proyecto.

**Varoncitos Peluquería Infantil** estará organizada para brindar a sus clientes un servicio de calidad, un ambiente llamativo para los niños, seguridad y confort para los padres.

# Referencias Bibliográficas

## Referencias Electrónicas

1. Negocio: FashionKids Peluquería Infantil & Complementos. Disponible en:  
<http://www.fashionkids.es/>
2. Artículo: Insumo. Texto disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Insumo>
3. Artículo: Estrategias genéricas de Porter. Texto disponible en:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategias\\_gen%C3%A9ricas\\_de\\_Porter](http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategias_gen%C3%A9ricas_de_Porter)
4. Artículo: Peluquerías para niños. Texto disponible en:  
<http://www.100ideasparaemprender.com/home/2009/10/peleuerias-para-ninos/>

## Revistas y periódicos digitales

1. Diario Libre, “Ministro Peralta: el Gobierno se centrará en un pacto fiscal”,  
*Diario Libre*. Texto disponible en:  
[http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011\\_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html](http://www.diariolibre.com/economia/2014/03/04/i509011_ministro-peralta-gobierno-centrar-pacto-fiscal.html)
2. Sandra y Rodrigo. El corte de pelo en los niños: La peluquería infantil. *Mi Kínder* [en línea]. 31 de Octubre del 2007. Texto disponible en:  
<http://mikinder.blogspot.com/2007/10/el-corte-de-pelo-en-los-nios-la.html>

## **Documentos institucionales**

1. Población urbana estimada y proyectada por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad 1990-2020. Documento disponible en:  
<http://www.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&catid=76>

## **Monografías**

1. Disla, Marcos; Abreu, Margarita & Tejada, Jacklyn (2012), Diseño de un Plan de Emprendimiento para la Creación de una Empresa Administradora de un Sistema de Pago de Multas Vía Plataforma Web. Santo Domingo, República Dominicana. Monografía para optar por el título en Licenciatura Administración de Empresas. Universidad APEC.
2. Del Villar, Uiris; Cabrera, Yaniny & Espinal, Laina (2011), Diseño de un Plan de Negocios para una Fábrica de Bolsas Plásticas Biodegradables. Santo Domingo, República Dominicana. Monografía para optar por el título en Licenciatura Administración de Empresas. Universidad APEC.
3. Collado, Mara; Peña, María & Martínez, Antonio (2012), Diseño de un Plan de Negocios de una Cadena de Desayunos Express. Santo Domingo, República Dominicana. Monografía para optar por el título en Licenciatura Administración de Empresas. Universidad APEC.

**Capítulo VIII.-**  
**Anexos o Apéndices**

## A) Evaluación de la propuesta y Anteproyecto

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL  
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS  
ENERO ABRIL 2014

TITULO : PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA PELUQUERIA MASCULINA PARA NIÑOS. SANTO DOMINGO,  
REPUBLICA DOMINICANA. AÑO 2014.

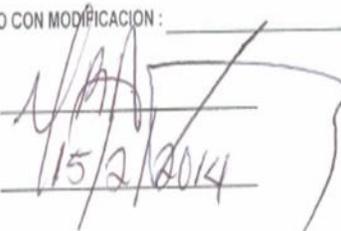
MODULO : CREACION DE EMPRESAS

PROFESOR (A) : LIC. JUAN ENRIQUE ROSALES / LIC. MARGARITA ABREU

AUTOR : FRANCISCO ALBERTO BORDA LISSETTE AIMEY MELO  
ANA LUISA LOPEZ DIAZ

MATRICULA : 20081133 | 20081815 | 20100164 | AREA ADMINISTRACION

APROBADO :  APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO :  FIRMA : 

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR : 15/2/2014

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL COORDINADOR EJECUTIVO : \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES :

PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON  
MODIFICACIONES O RECHAZO :



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Escuela de Administración de Empresas**

**Tema:**

Plan de Negocios para la creación de una peluquería masculina para niños. Santo Domingo, República Dominicana, Año 2014.

**Sustentantes:**

Francisco Alberto Borda 2008-1133

Lisette Aimey Melo 2008-1815

Ana Luisa López Díaz 2010-0164

**Profesor titular:**

Juan Rosales

**Profesor auxiliar:**

Margarita Abreu

**Anteproyecto de la monografía para optar por el título de  
Lic. en Administración de Empresas**

**Distrito Nacional, República Dominicana**

**2014**

**“Plan de Negocios para la creación de una peluquería masculina para niños.  
Santo Domingo, República Dominicana, Año 2014”.**

## **1. Planteamiento del problema**

Las peluquerías, al igual que los salones de belleza, son parte de los negocios de servicios que más abundan en el país, esto es así debido al clima tropical que obliga a las personas a tener más cuidado del cabello, así como también la necesidad de mantener una buena imagen para proyectar y sentir seguridad y confianza en sí mismos.

En la República Dominicana las peluquerías masculinas se orientan a un sector en específico, tomando en cuenta su mercado objetivo. Estas ofrecen una amplia gama de servicios especializados, entre los cuales está el corte de pelo para infantiles, que requiere de personas capacitadas para realizar este tipo de actividad, debido al cuidado que amerita.

La importancia de cuidar el cabello de los niños radica en mantener la naturalidad de éste hasta que sean mayores y logren su autonomía. Se puede decir que el cabello es el marco de toda cara y necesita de la dedicación en su trato por parte de los padres en el caso de los niños. Aspectos simples desde elegir los productos con el cual se lavará el cabello así como el profesional que realizará los cortes, influirá en el crecimiento del mismo.

Para el periodo 2014-2015 se estima en el país una población de 1,462, 253 hombres entre 0 a 9 años de edad.<sup>5</sup> Este es un mercado amplio en el cual se puede incursionar utilizando las herramientas adecuadas, como lo es el plan de negocios, para iniciar este proyecto y lograr las metas propuestas.

---

<sup>5</sup> Población urbana estimada y proyectada por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad 1990-2020. Documento disponible en:  
<http://www.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&catid=76>.

El objetivo de este plan de negocios es la creación de una peluquería masculina para niños a razón de incursionar en el sector de servicios estéticos para el cuidado personal y la imagen de éstos. Esta empresa se encargará del trato del cabello de los niños, y de contar con personal especializado para ofrecer un servicio excelente.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

Diseñar un Plan de Negocios para la creación de una peluquería masculina para niños.

### **2.2 Objetivos Específicos**

Evaluar la viabilidad comercial de una peluquería masculina para niños, identificando el mercado, competencia, consumidores potenciales y ventajas competitivas.

Evaluar la viabilidad técnica de una peluquería masculina para niños, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el bien o servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.

Evaluar la viabilidad de gestión de peluquería masculina para niños, identificando las capacidades administrativas y de gestión para el emprendimiento del proyecto, identificando las condiciones necesarias para el buen funcionamiento del proyecto de orden funcional y estructural (organigrama, manual de funciones y procedimientos, estrategias operativas).

Evaluar la viabilidad jurídica de una peluquería masculina para niños, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto.

Evaluar la factibilidad financiera, estimando la rentabilidad de la inversión, considerando el flujo de recursos financieros (ingresos, costos, egresos) las inversiones y fuentes de financiamiento de una peluquería masculina para niños.

### **3. Justificación**

La idea de especializar la peluquería masculina para niños es debido a que en el país son escasas las propuestas que se dirigen a este mercado. La etapa de la niñez comienza desde los 2 años hasta los 10 años de edad, por lo cual el proyecto se dirige a las familias con hijos en etapa de la niñez.

El objetivo es ofrecer una amplia gama de servicios adaptados a las últimas tendencias en este tipo de actividad, tomando en cuenta el diseño y el estilo del establecimiento para proyectar una imagen de profesionalidad, calidad y comodidad para sus clientes.

### **4. Marco Conceptual**

#### **Ambientación:**

Adecuar las condiciones de un lugar con un propósito determinado.

#### **Calidad:**

El conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes.<sup>6</sup>

#### **Cuidado personal:**

Son aquellas prácticas, como el aseo, el vestir y la higiene, que contribuyen a mantener un buen aspecto personal y a proyectar una imagen de confianza y seguridad.

---

<sup>6</sup> Editorial Vértice, 2008, La calidad en el Servicio al Cliente, Madrid.

**Estilismo:**

Actividad del profesional que se dedica a cuidar del estilo y la imagen, especialmente en el mundo de la moda y la decoración.<sup>7</sup>

**Imagen personal:**

Es la imagen externa, actitud, expresión, estilo, saber estar, buena presencia y elegancia que tienen las personas.<sup>8</sup>

**Necesidad:**

Carencias de las cosas que son menester para la conservación de la vida.<sup>9</sup>

**Niños:**

Personas que se encuentran en la etapa de la niñez, la cual abarca desde el nacimiento hasta la pubertad.

**Oferta:**

Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.<sup>10</sup>

**Peluquería:**

Es un local donde se ofrecen servicios de estética como el corte de pelo y el afeitado. Estos servicios son ofrecidos por profesionales, quienes se encargan del trato y embellecimiento del cabello del hombre.

**Plan de Negocios:**

Es una herramienta para exponer las metas y estrategias que se utilizarán para desarrollar las relaciones con personas externas (inversionistas y otras), que podrían ayudar a la empresa a alcanzar sus metas.

---

<sup>7</sup> Real Academia Española. Texto disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=estilismo>.

<sup>8</sup> Alguacil, Raquel, 2010, Imagen Personal, Editorial Vértice, Madrid.

<sup>9</sup> Real Academia Española. Texto disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=necesidad>.

<sup>10</sup> Texto disponible en: <http://definicion.de/oferta/#ixzz2rzFkI5YL>.

**Plan conciso:**

Forma resumida de un plan de negocios que presenta sólo las cuestiones y proyecciones más importantes de la empresa. Es utilizado al momento de solicitar préstamos.

**Plan integral:**

Plan de negocios completo que ofrece un análisis profundo de los factores críticos que determinaran el éxito o el fracaso de una empresa, junto con todos los supuestos básicos. Es utilizado para describir una nueva oportunidad.

**Precio:**

Relación que indica la cantidad de dinero necesaria para adquirir una cantidad dada de un bien o de un servicio.<sup>11</sup>

**Servicios:**

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.<sup>12</sup>

**Técnicas:**

Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia, un arte o un oficio.<sup>13</sup>

**Tendencias:**

Idea religiosa, económica, política, artística; que se orienta en determinada dirección.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Belio, José y Sainz, Ana, 2007, Claves para gestionar precio, producto y marca. Especial Directivos, Madrid.

<sup>12</sup> Editorial Vértice, 2008, La calidad en el servicio al cliente, Madrid.

<sup>13</sup> Real Academia Española. Texto disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=tecnica>.

<sup>14</sup> Real Academia Española. Texto disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=tendencias>.

## 5. Delimitación en el tiempo y el espacio

El período seleccionado es 2014-2015 en Santo Domingo, República Dominicana.

## 6. Metodología y tipo de investigación

El tipo de investigación que será utilizado en la realización de este trabajo es el Descriptivo, debido a que persigue describir que es lo que está ocurriendo en un momento dado, como por ejemplo, el porcentaje del público que consume una marca en un lugar determinado o las características de las personas que utilizan un servicio concreto (Meriño & Pintado, 2010).

El Método Inductivo se utilizará debido a que las conclusiones se obtienen partiendo de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general (Bernal, 2006).

## 7. Técnicas a utilizar en el desarrollo metodológico del trabajo

Las técnicas que serán utilizadas en la realización de este trabajo serán:

**Encuesta:** según Abascal & Grande (2005), se puede definir la encuesta como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sea extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Debido a esto, la técnica será utilizada para facilitar la recolección de información relevante para la creación de la peluquería masculina para niños.

**Entrevista:** Es una forma especializada de interacción verbal, que se realiza con un propósito definido y se centra en un área determinada de contenido con la exclusión consiguiente de otros asuntos ajenos a la misma (López, 2002).

## **8. Tabla de Contenido**

**AGRADECIMIENTOS**

**DEDICATORIA**

**INTRODUCCION**

### **1. MARCO GENERAL**

- 1.1 Resumen Ejecutivo
- 1.2 Definición de proyecto
- 1.3 Definición del equipo emprendedor
- 1.4 Visión
- 1.5 Misión
- 1.6 Naturaleza del negocio
- 1.7 Filosofía- valores y culturas

### **2. ANALISIS DEL ENTORNO**

- 2.1 Regulaciones gubernamentales y jurídicas
- 2.2 Macro entorno social , político, económico y tecnológico
- 2.3 Tendencias
- 2.4 El mercado
- 2.5 Consumidores
- 2.6 Competencia
- 2.7 Grupo objetivos
- 2.8 Perfil de consumidores

2.9 Perfil de clientes

2.10 Proveedores

### **3. ANALISIS COMPARATIVO**

3.1 Análisis FODA

3.2 Recursos y capacidades

3.3 Factores críticos del éxito

3.4 Análisis PORTER

### **4. OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS**

### **5. ESTRATEGIAS GENERALES**

### **6. PLANES OPERATIVOS**

6.1 Mercadeo

6.2 Ventas

6.3 Organizacional

6.4 Investigación y desarrollo

6.5 Operación y logística

6.6 Administración y finanzas

### **7. EVALUACION FINANCIERA**

7.1 Flujo de efectivo (ingresos, costos, egresos)

7.2 Inversiones

7.3 Sensibilizaciones

7.4 Cálculo de VAN, TIR y otros indicadores financieros

7.5 Requerimientos de fondos de inversión

7.6 Estrategias de búsqueda de financiamiento

### **8. ANEXOS**

8.1 Organigrama

8.2 Modelo de negocios

8.3 Flujo

8.4 Otros anexos

## 9. Bibliografía

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de encuestas*. ESIC Editorial.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- López, C. M. (2002). *Persona y profesión: procedimientos y técnicas de selección y orientación*. TEA Ediciones.
- Meriño, M., & Pintado, T. (2010). *Introducción a la investigación de mercado*. ESIC Editorial.
- *Población urbana estimada y proyectada por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad 1990-2020*. Documento disponible en: <http://www.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&catid=76>.
- Editorial Vértice, (2008). *La calidad en el Servicio al Cliente*. Madrid.
- Real Academia Española
- Alguacil, Raquel (2010). *Imagen Personal*. Editorial Vértice, Madrid.
- Belio, José & Sainz, Ana (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Especial Directivos, Madrid.
- Editorial Vértice, (2008). *La calidad en el servicio al cliente*, Madrid.

## **B) Datos de la entrevista**

Entrevista acerca de las Peluquerías Infantiles aplicada al Sr. Francisco Antonio Frías, padre del niño Yadiel Frías.

### **1. ¿A qué edad llevó a su hijo por primera vez a una peluquería y cuál fue la reacción que tuvo?**

*Lleve a Yadiel por primera vez cuando tenía un año de edad, el cabello le había crecido mucho y tomé la decisión de llevarlo a recortar. Al principio estuvo sereno, pero con las muecas que le hicieron personas extrañas y el sonido de la maquinilla comenzó a llorar, se puso incómodo y estaba muy nervioso.*

### **2. ¿En algún momento pensó en no volverlo a llevar a recortar el cabello? Explique.**

*No lo pensé, a pesar de que no fue una experiencia agradable para él, es algo necesario. Los colegios, por ejemplo, exigen que los niños vayan bien recortados y peinados, además de lucir mejor, y a muchos el largo del cabello les puede molestar en las orejas o en la cara.*

### **3. ¿Qué piensa acerca de llevar a los niños a una peluquería infantil?**

*Es una buena opción porque el peluquero tiene experiencia trabajando con niños, saben cómo manejarlos y entretenerlos, al igual que la decoración del lugar resulta atractivo para los niños.*

**4. ¿Qué espera del profesional que realizará el corte de cabello a sus hijos?**

*Que muestre buenos modales frente al niño, que sea paciente y afable.*

**5. ¿Considera necesario que se dividan las peluquerías en niños y adultos?**

*Si lo considero necesario por la higiene y la salud del niño, debido a que se tiene más cuidado con eso, por los otros niños que ven en lugar de muchos adultos y por el ambiente infantil que va con ellos.*

**6. ¿Conoce alguna peluquería infantil cerca de su comunidad? ¿Le gustaría que en la ciudad hayan más peluquerías de este tipo?**

*No, cerca de mi comunidad no hay peluquerías de ese tipo. Si me gustaría, sería cliente de ese lugar para llevar al niño.*

## **C) Datos de la encuesta**

### **Encuesta acerca de las Peluquerías Infantiles**

Saludos, somos estudiantes de la Universidad APEC y estamos realizando un Plan de Negocio para una Peluquería Infantil como tema de la Monografía. Les solicitamos su colaboración, si es posible, en la elaboración de la siguiente encuesta que nos permitirá obtener informaciones relevantes para nuestro trabajo. Gracias.

#### **¿A qué edad llevó a su hijo por primera vez a una peluquería?**

- Al primer año de edad
- A los 2 años de edad
- A partir de los 3 años de edad

#### **El primer corte de cabello del niño fue realizado en:**

- En una Peluquería infantil
- En una Peluquería de adultos
- En el hogar

#### **Quien recorta a su hijo es:**

- Peluquero Profesional
- Familiar con experiencia
- Usted mismo/a

**¿Considera necesario que las peluquerías se dividan en niños y adultos?**

- Si
- No

**¿Cuáles de estos elementos cree usted que son los más atractivos en una Peluquería infantil?**

Puede elegir más de una respuesta.

- La decoración infantil
- La seguridad de que el peluquero tiene experiencia trabajando con niños
- El nivel de higiene
- Los demás niños que asisten al establecimiento

**¿Cada qué tiempo lleva a su hijo a recortar el cabello?**

- Cada 15 días
- Mensual
- Cuando sea necesario

**¿A cuál establecimiento lo lleva?**

- Peluquería Infantil
- Peluquería de adultos
- Otros

**¿Cuál de estas peluquerías para niños conoce?**

Puede elegir más de una respuesta.

- Peluquería para niños Garfield
- Peluquería para niños Cortecito
- Friends Kids Salón
- Tijeritas Salón
- Ninguna
- Otro:

**¿Cuáles de estas cualidades personales cree usted que debe poseer el peluquero que recorta niños?**

Puede elegir más de una respuesta.

- Empatía por los niños
- Paciencia
- Buenos modales
- Afabilidad
- Otro:

**Sexo**

- Femenino
- Masculino

## Edad

- 
- 23 a 28 años
- 28 a 33 años
- 34 años en adelante

## D) Resultados de la encuesta

Tabla No. 1

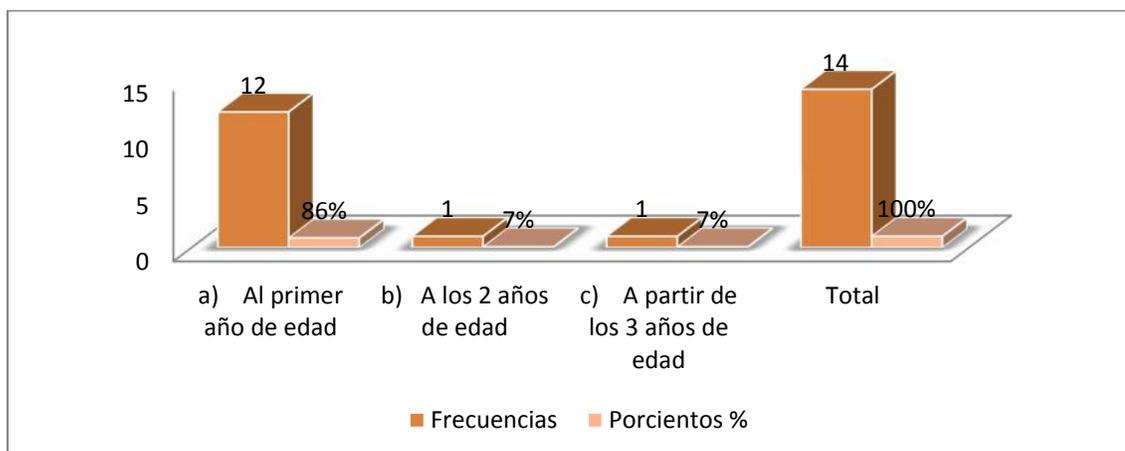
Promedio de edad en el que se realiza un corte de cabello por primera vez a los niños

Alternativas	Frecuencias	Porcientos %
a) Al primer año de edad	12	86%
b) A los 2 años de edad	1	7%
c) A partir de los 3 años de edad	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

Según el promedio de edad en el que se realiza un corte de cabello a los niños, el 86% expresó al primer año de edad, el 7% a los 2 años de edad y el mismo porcentaje de 7% indicó a partir de los 3 años de edad.

Gráfica No.1



Fuente: Tabla No.1

**Tabla No. 2**

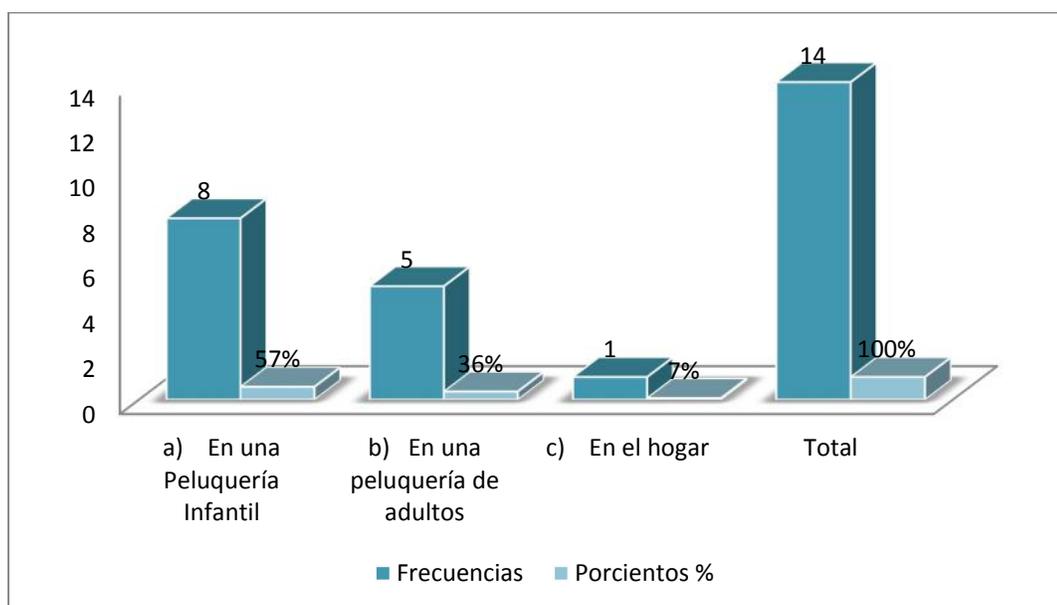
**Lugar donde se acude para realizar el primer corte de cabello a los niños**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) En una Peluquería Infantil</b>	<b>8</b>	<b>57%</b>
<b>b) En una peluquería de adultos</b>	<b>5</b>	<b>36%</b>
<b>c) En el hogar</b>	<b>1</b>	<b>7%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

En lo referente al lugar donde se hace el primer corte de cabello a los niños, el 57% expresó en una Peluquería Infantil, el 36% en una peluquería de adultos, mientras que el 17% optó por hacerlo en su hogar.

**Gráfica No.2**



**Fuente:** Tabla No.2

**Tabla No. 3**

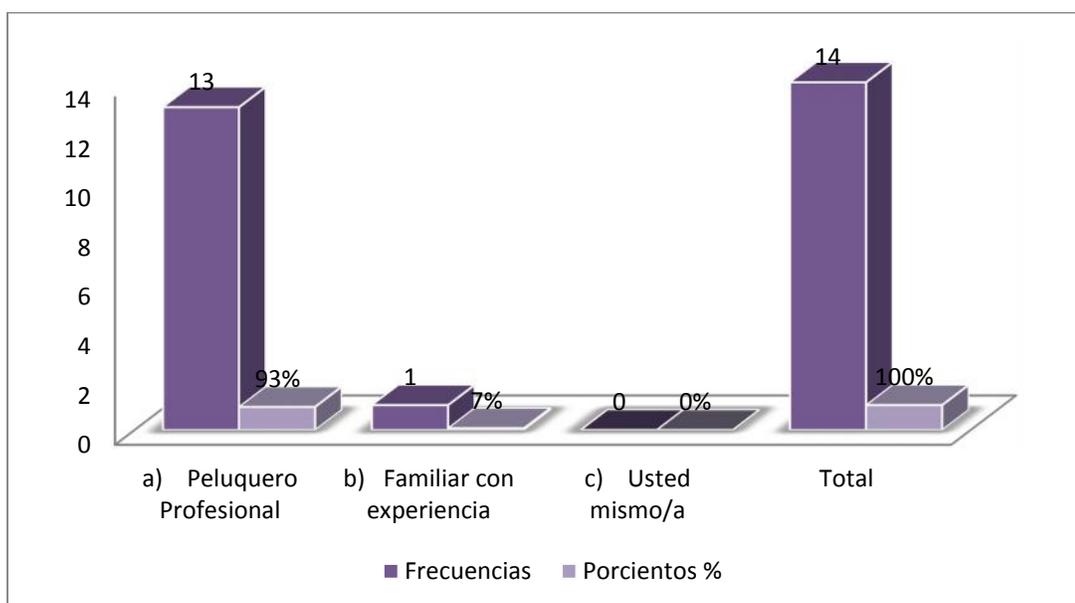
**Persona quien recorta el cabello de los niños**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Peluquero Profesional</b>	<b>13</b>	<b>93%</b>
<b>b) Familiar con experiencia</b>	<b>1</b>	<b>7%</b>
<b>c) Usted mismo/a</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

Para la persona que recorta el cabello de los niños, el 93% dijo un peluquero profesional, el 7% un familiar con experiencia, y ninguno de los encuestados le ha realizado un corte de cabello a su hijo por sí mismo.

**Gráfica No.3**



**Fuente:** Tabla No.3

**Tabla No. 4**

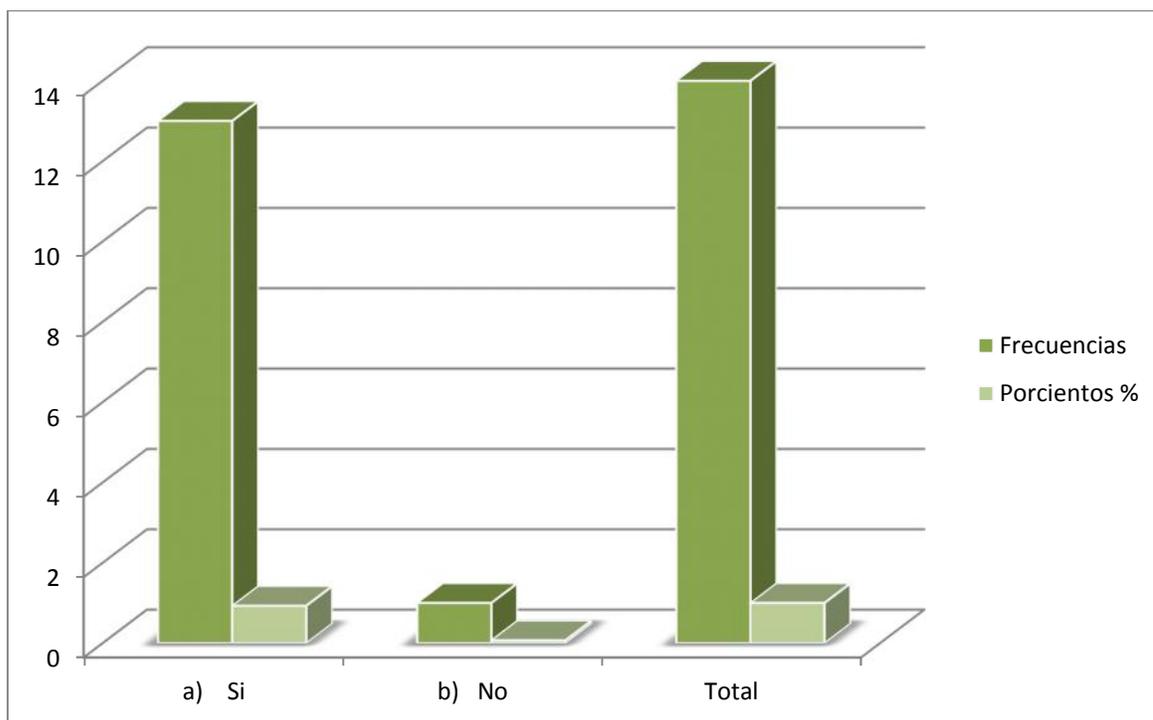
**Posición en considerar dividir las peluquerías en niños y adultos**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Si</b>	<b>13</b>	<b>93%</b>
<b>b) No</b>	<b>1</b>	<b>7%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

En lo referente a considerar dividir las peluquerías en niños y adultos, el 93% dijo que si lo considera, mientras que solo el 7% expresó que no es necesario.

**Gráfica No.4**



**Fuente:** Tabla No.4

**Tabla No. 5**

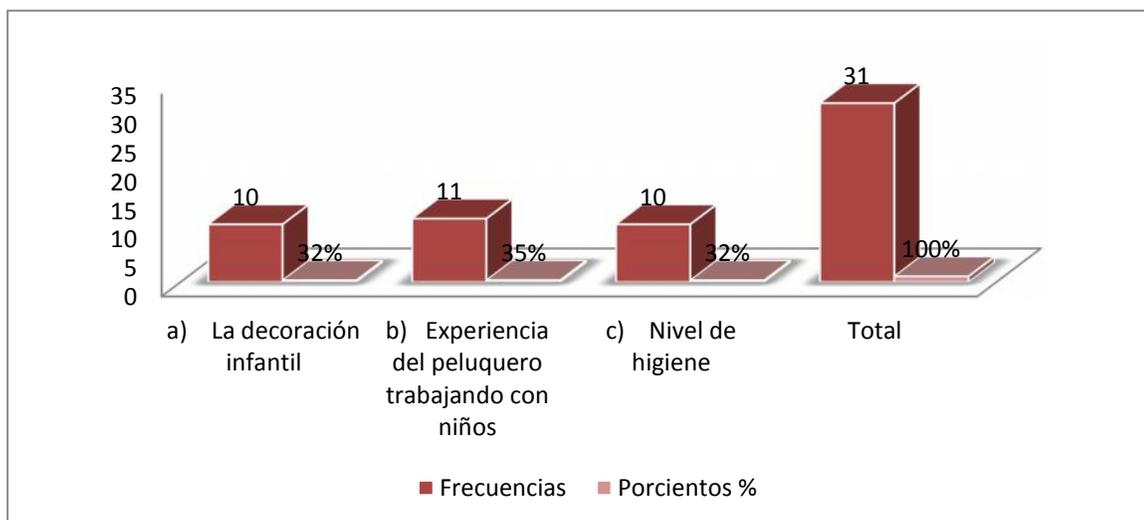
**Elementos más atractivos en una peluquería infantil**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a)</b> La decoración infantil	<b>10</b>	<b>32%</b>
<b>b)</b> Experiencia del peluquero trabajando con niños	<b>11</b>	<b>35%</b>
<b>c)</b> Nivel de higiene	<b>10</b>	<b>32%</b>
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

Para los elementos más atractivos en una peluquería infantil, en el cual la respuesta fue múltiple, la experiencia del peluquero obtuvo un 35%, la decoración infantil un 32%, al igual que la higiene un 32%.

**Gráfica No.5**



**Fuente:** Tabla No.5

**Tabla No. 6**

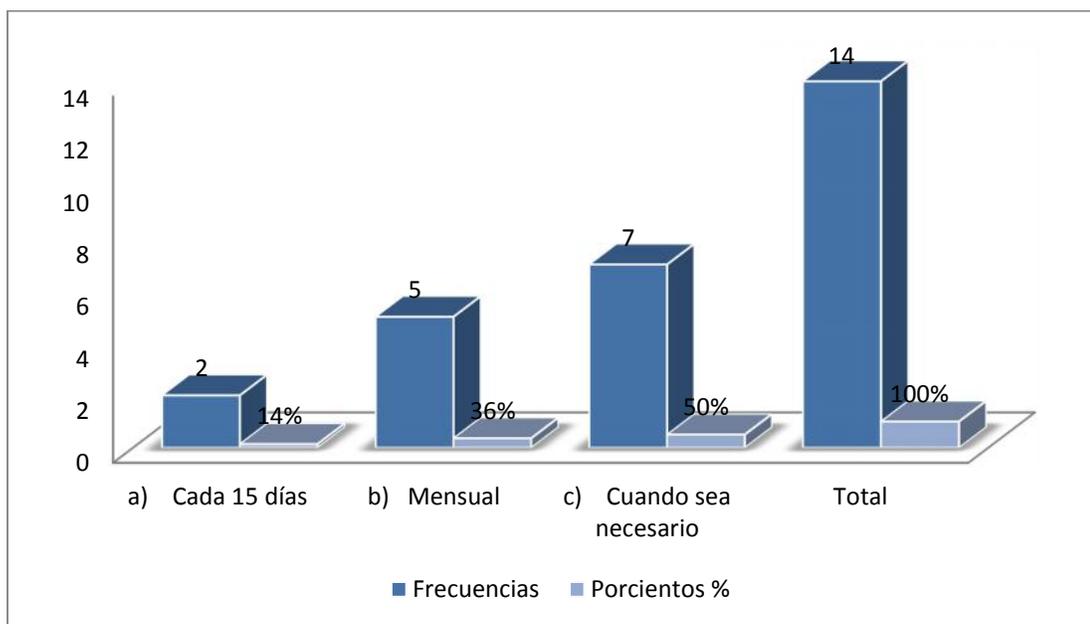
**Promedio del tiempo en el que se lleva al niño a la peluquería**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Cada 15 días</b>	<b>2</b>	<b>14%</b>
<b>b) Mensual</b>	<b>5</b>	<b>36%</b>
<b>c) Cuando sea necesario</b>	<b>7</b>	<b>50%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

Según el promedio del tiempo en el que se lleva al niño a la peluquería, el 50% indicó cuando sea necesario, el 36% de manera mensual y el 14% expresó cada 15 días.

**Gráfica No.6**



**Fuente:** Tabla No.6

**Tabla No. 7**

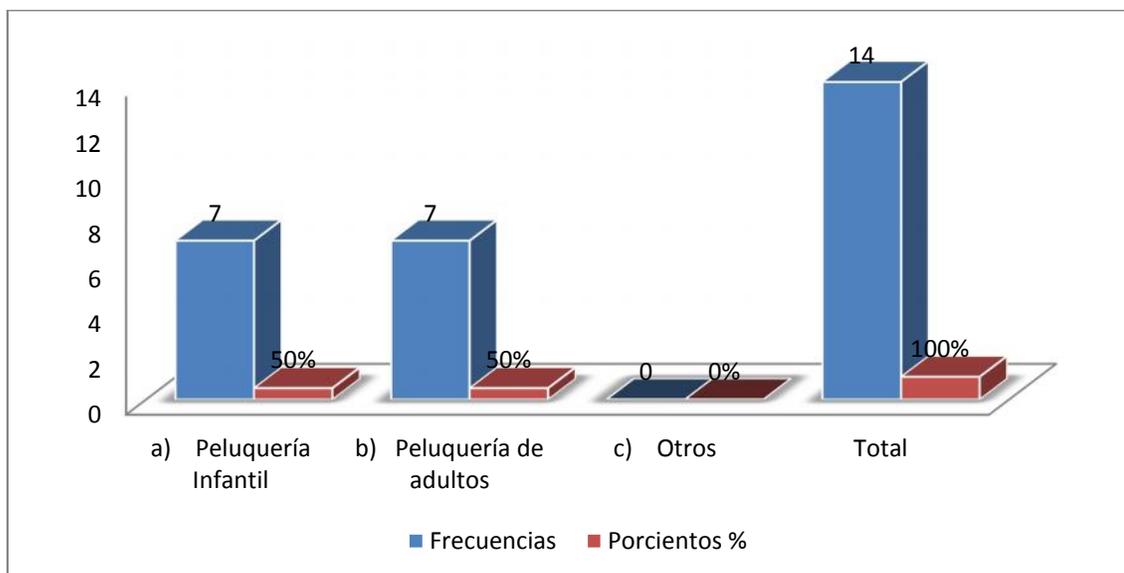
**Establecimiento para llevar a los niños a recortarse el cabello**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Peluquería Infantil</b>	<b>7</b>	<b>50%</b>
<b>b) Peluquería de adultos</b>	<b>7</b>	<b>50%</b>
<b>c) Otros</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

En lo concerniente al establecimiento para llevar a los niños a recortarse el cabello, el 50% optó por la peluquería infantil, al igual que el otro 50% por la peluquería de adultos. Ninguno de los encuestados lo lleva a un lugar diferente de estos.

**Gráfica No.7**



**Fuente:** Tabla No.7

**Tabla No. 8**

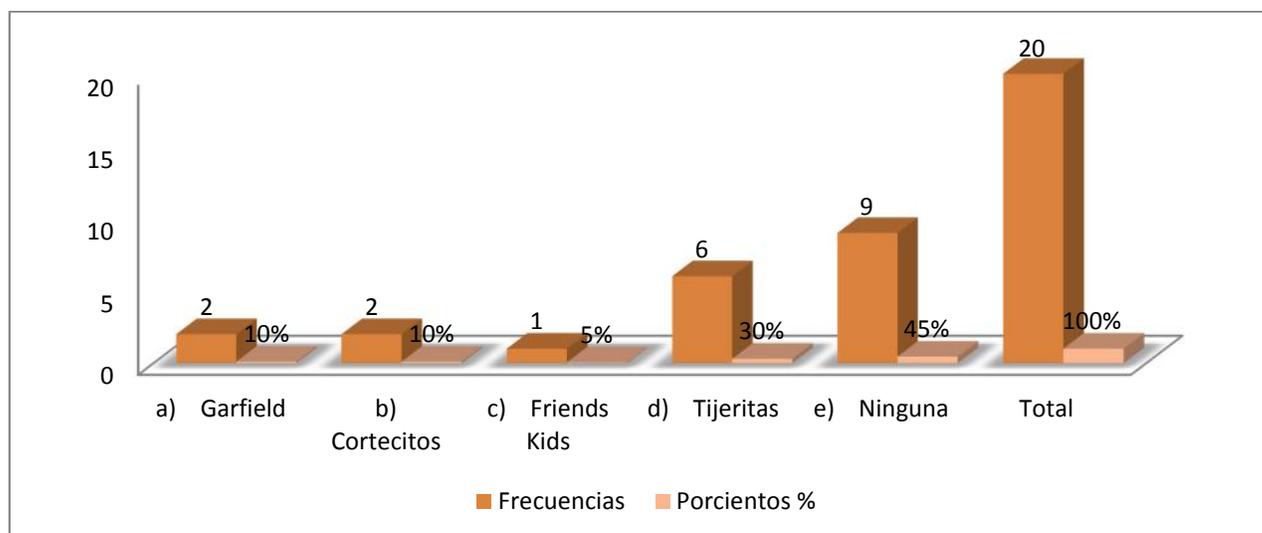
**Peluquerías infantiles conocidas**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Peluquería Garfield</b>	<b>2</b>	<b>10%</b>
<b>b) Peluquería Cortecitos</b>	<b>2</b>	<b>10%</b>
<b>c) Friends Kids Salón</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>
<b>d) Tijeritas Salón</b>	<b>6</b>	<b>30%</b>
<b>e) Ninguna</b>	<b>9</b>	<b>45%</b>
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

Para las peluquerías infantiles más conocidas, en donde las respuestas eran múltiples, el 45% expresó no conocer ninguna, el 30% lo obtuvo Tijeritas Salón, el 10% la peluquería Garfield y el mismo porcentaje la peluquería Cortecitos, mientras que sólo el 5% para Friends Kids Salón.

**Gráfica No.8**



**Fuente:** Tabla No.8

**Tabla No. 9**

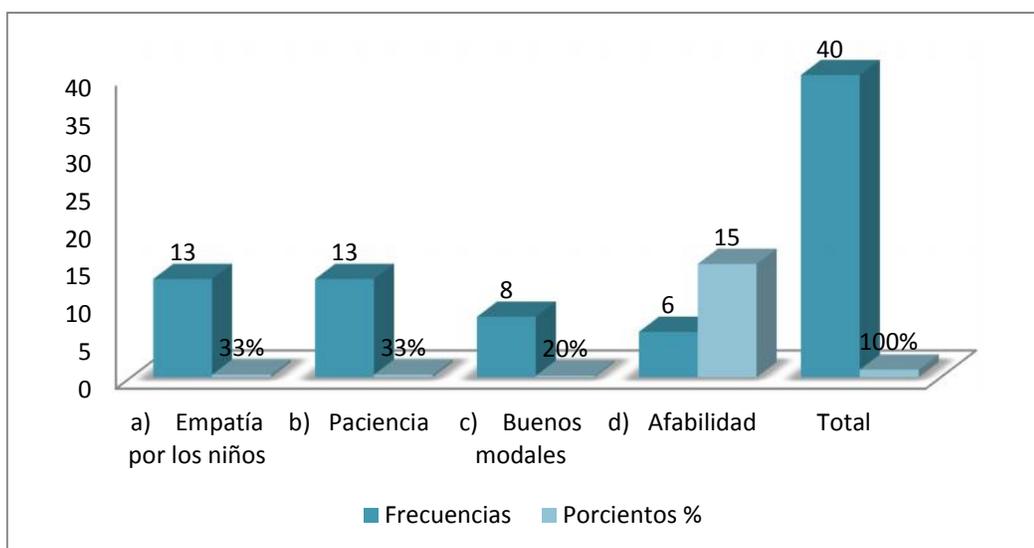
**Cualidades personales que debe poseer el peluquero que recorta niños**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Empatía por los niños</b>	<b>13</b>	<b>33%</b>
<b>b) Paciencia</b>	<b>13</b>	<b>33%</b>
<b>c) Buenos modales</b>	<b>8</b>	<b>20%</b>
<b>d) Afabilidad</b>	<b>6</b>	<b>15</b>
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

En lo referente a las cualidades que debe tener el peluquero, el 33% expresó empatía por los niños, el mismo porcentaje paciencia, el 20% indicó buenos modales y el 15% afabilidad.

**Gráfica No.9**



**Fuente:** Tabla No.9

**Tabla No. 10**

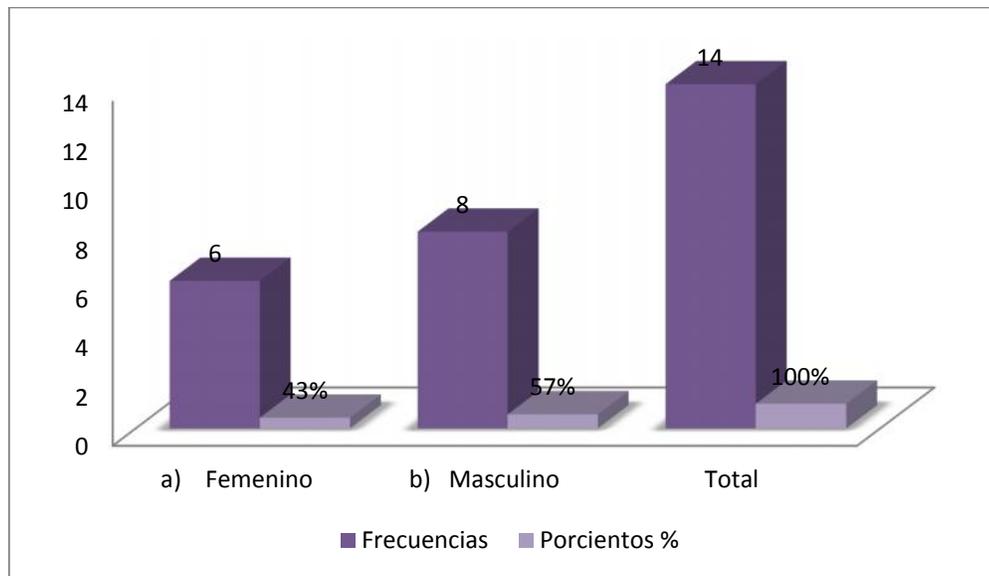
**Sexo**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) Femenino</b>	<b>6</b>	<b>43%</b>
<b>b) Masculino</b>	<b>8</b>	<b>57%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

El 57% de los encuestados son de sexo masculino, mientras que el 43% son de sexo femenino.

**Gráfica No.10**



**Fuente:** Tabla No.10

**Tabla No. 11**

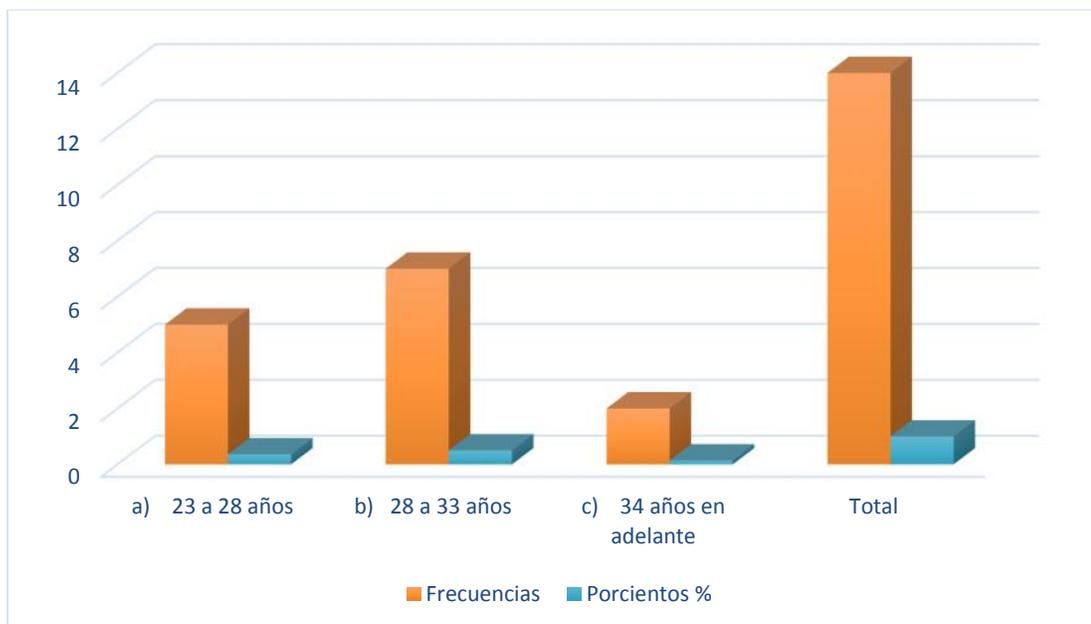
**Edad**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcientos %</b>
<b>a) 23 a 28 años</b>	<b>5</b>	<b>36%</b>
<b>b) 28 a 33 años</b>	<b>7</b>	<b>50%</b>
<b>c) 34 años en adelante</b>	<b>2</b>	<b>14%</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los entrevistados del Mapa de Empatía.

El 50% de los encuestados tienen una edad entre 28 a 33 años, el 36% entre 23 a 28 años, mientras que el 14% tienen de 34 años en adelante.

**Gráfica No.11**



**Fuente:** Tabla No.11

## E) Modelo de Negocio

Segmentos de mercado	Proposición de Valor	Canales	Relaciones con los clientes
Personas de clase media a alta con niños entre 2 a 10 años de edad de Santo Domingo Este	Excelentes precios Ambientación del local adecuada y llamativa para niños Servicio especializado	Directo Vía telefónica Pagina Web Redes Sociales: Facebook, Instagram y Twitter	Asistencia personal dedicada
<b>Fuentes de Ingreso</b>	Peluqueros profesionales y con experiencia trabajando con niños	Mensajería	<b>Actividades Claves</b>
Servicios de lavado y corte de cabello Venta de productos para el cuidado capilar de los niños	Horario extendido Venta de productos para el cuidado del cabello Regalos para los niños al terminar cada servicio Seguridad del local y parqueos	Buzón de quejas y sugerencias	Cortar el cabello Lavar el cabello Peinar Asesoramiento para el cuidado del cabello Ventas de productos para el cuidado capilar
<b>Recursos Claves</b>			Esterilización de las herramientas de trabajo
Humanos			
<b>Sociedades Claves</b>		<b>Estructura de Costes</b>	
Alianzas con los suplidores de productos para el cuidado capilar		Impulsados por el valor	

F) Flyers



## G) Planilla Financiera

- Gastos generales y de Administración

<b>Gastos Generales y de Administración Valores en RD\$</b>				
		<b>No.</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Sub-total</b>
<b>SUELDOS BRUTO</b>				
	<b>Gerente General</b>	1	RD\$ 31,500.00	RD\$ 31,500.00
	<b>Administración</b>	1	RD\$16,000.00	RD\$ 16,000.00
	<b>Servicio al cliente</b>	1	RD\$8,500.00	RD\$ 8,500.00
	<b>Contabilidad</b>	1	RD\$ 20,000.00	RD\$ 20,000.00
	<b>Mercadeo</b>	1	RD\$20,000.00	RD\$ 20,000.00
	<b>Peluqueros</b>	3	RD\$14,000.00	RD\$42,000.00
	<b>Asistentes</b>	2	RD\$7,500.00	RD\$15,000.00
	<b>Supervisor</b>	1	RD\$7,500.00	RD\$ 7,500.00
	<b>Conserje</b>	1	RD\$6,880.00	RD\$6,880.00
	<b>Seguridad</b>	1	RD\$6,880.00	RD\$ 6,880.00
<b>TOTAL SUELDOS</b>				<b>RD\$174,260.00</b>
<b>HONORARIOS</b>				
	<b>Sistemas</b>	1	RD\$ 13,000.00	RD\$ 13,000.00
<b>TOTAL HONORARIOS</b>				<b>RD\$13,000.00</b>
<b>SERVICIOS GENERALES</b>				
	Luz		RD\$ 24,800.00	
	Agua		RD\$ 800.00	
	Telefonía Fija + Internet		RD\$ 4,300.00	
	Cable		RD\$1,050.00	
	Basura		RD\$400.00	
	Alquiler local		RD\$ 25,000.00	
	Mantenimiento		RD\$ 1,300.00	
	Útiles de escritorio		RD\$ 2,500.00	
	Seguros		RD\$ 4,100.00	
	Gastos Varios		RD\$ 2,400.00	
	Gasto Caja Chica		RD\$ 12,000.00	
<b>SERVICIOS GENERALES</b>			<b>RD\$78,650.00</b>	

- **Inversiones**

<b>Equipos y Maquinarias</b>	<b>Monto</b>	
Sillón	RD\$	2,690.00
Sillas	RD\$	1,874.00
Mesas	RD\$	1,600.00
Counter	RD\$	3,130.00
Espejos	RD\$	1,824.00
Vitrinas	RD\$	1,625.00
Gaveteros	RD\$	1,778.00
Sillas para peinar	RD\$	5,010.00
Lavapelos	RD\$	4,374.00
Cepillos y Peines	RD\$	1,300.00
Tijeras	RD\$	2,000.00
Blowers	RD\$	3,500.00
Maquinilla de cortar cabello	RD\$	3,500.00
Capas	RD\$	500.00
Computadora	RD\$	25,000.00
Caja registradora	RD\$	5,000.00
Televisión	RD\$	27,000.00
Sistemas para la Administración	RD\$	30,000.00
Decoración y ambientación	RD\$	45,500.00
Alquiler	RD\$	50,000.00
<b>Total Inversión</b>	<b>RD\$</b>	<b>217,205.00</b>

- **Campaña de Lanzamiento**

	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo primer año</b>
<b>Campaña de lanzamiento</b>			
Flyers	200	RD\$35.00	RD\$ 7,000.00
Anuncio en el periódico Diario Libre: sección Plaza Libre	8	RD\$1,020.00	RD\$8,160.00
<b>Total</b>	<b>208</b>		<b>RD\$15,160.00</b>

- Proyecciones de Ventas

(Unidades)

Totales por Año	Mes 1
Lavado y Corte	210
Productos Cuidado Capilar	105

Proyección de Ventas Anuales

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
2,825	3,583	3,715	3,851	3,993	4,140
1,412	1,791	1,857	1,926	1,997	2,070

- Detalle cálculos de Egresos Mensuales

			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Egresos Totales (M\$)</b>			4,655,878	4,950,465	5,052,015	5,158,793	5,271,091
<b>Costos Fijos (M\$):</b>	Nº	Precio	876,000	876,000	897,900	920,348	943,356
<b>Remuneraciones Fijas Personal (M\$)</b>			876,000	876,000	897,900	920,348	943,356
<b>Peluqueros</b>	3	14,000	504,000	504,000	516,600	529,515	542,753
<b>Supervisor</b>	1	16,000	192,000	192,000	196,800	201,720	206,763
<b>Asistente</b>	2	7,500	180,000	180,000	184,500	189,113	193,840
<b>Gastos Generales (M\$)</b>							
<b>Costos Variables (M\$):</b>			1,009,933	1,280,840	1,357,690	1,439,152	1,525,501
<b>Costo servicio 1</b>	\$/Un	165	466,123	591,157	626,626	664,224	704,077
<b>Costo servicio 2</b>	\$/Un	385	543,810	689,683	731,064	774,928	821,423
<b>Gastos de Adm. y Ventas</b>			2,769,945	2,793,626	2,796,425	2,799,294	2,802,234
<b>G&amp;A Directo</b>			2,681,664	2,681,664	2,681,664	2,681,664	2,681,664
<b>Marketing</b>		5.0%	88,281	111,962	114,761	117,630	120,570

▪ **Detalle cálculo de ingresos mensuales**

<b>Ingresos Totales (M\$)</b>			<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos Operacional (M\$):</b>	<b>Factor</b>	<b>Precio</b>	<b>1,765,618</b>	<b>2,239,230</b>	<b>36,328,215</b>	<b>37,665,120</b>	<b>39,052,014</b>
Lavado y Corte	100%	300	<b>847,497</b>	<b>1,074,831</b>	<b>30,087,786</b>	<b>31,195,038</b>	<b>32,343,692</b>
Productos Cuidado Capilar	100%	650	<b>918,121</b>	<b>1,164,400</b>	<b>6,240,430</b>	<b>6,470,082</b>	<b>6,708,321</b>

## H) Prueba de Plagio

www.duplichecker.com

Cupones Otorgar el derecho a los clientes de usarlo para algún beneficio dentro del establecimiento.  
Ofertas 2x1 en la compra de productos y servicios.  
Concursos Sorteos de productos o servicios completamente gratis.  
Muestras gratuitas Muestras de los productos sin costo alguno.  
Regalos Obsequios para los niños.  
Descuentos Reducción del precio regular por un periodo de tiempo determinado.

Or Enter Url:

Maximum 1500 words limit per search. Total Words: 57

Or Browse a Docx Or Text File:

Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado

 Gmail for Business  
Véase más profesional con el e-mail personalizado de Google Apps. [Inicie una prueba gratis](#)

[Search](#) [Clear](#)

No Plagiarism Detected! [Chatea](#)