

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

Tema:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE LA EMPRESA DE
SERVICIOS “BARBERIA Y SALÓN DE CABALLERO LUXBAR”.**

ASESOR: LIC. RUDY ALBERTO JUI KUNZE

REVISOR: MSC. EDVIN BERNARDO DARDÓN GONZÁLEZ.

ALUMNO: JENNER EFRAÍN OROZCO VILLATORO

CARNÉ: 200841671

SAN MARCOS, MARZO 2025

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

CONSEJO DIRECTIVO

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos	Secretaria Consejo Directivo
Ing. Agr. Walter Villacinda Maldonado	Representante Docentes
Lic. Oscar Alberto Ramírez Monzón	Representante Estudiantil
Br. Luis David Corzo Rodríguez	Representante Estudiantil

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

COORDINACIÓN ACADÉMICA

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales	Coordinador Carreras Técnico en Producción Agrícola e Ingeniero Agrónomo con Orientación en Agricultura Sostenible
Lic. Heliuv Edilzar Vasquez Navarro	Coordinador Carrera de Pedagogía y Ciencias de la Educación
Licda. Aminta Esmeralda Guillen Ruiz	Coordinadora Carrera de Trabajo Social, Técnico y Licenciatura
MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura.
Lic. Mauro Estuardo Rodríguez Hernández	Coordinador Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales
Dr. Byron Geovany García Orozco	Coordinador Carrera Médico y Cirujano
Lic. Nelson de Jesús Bautista López	Coordinador Pedagogía Extensión de San Marcos
Licda. Julia Maritza Gándara González	Coordinadora Extensión de Malacatán
Licda. Mirna Lisbet de León Rodríguez	Coordinadora Extensión de Tejutla
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista	Coordinador Extensión Tacana
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador del Instituto de Investigación

Lic. Mario Rene Requena

Coordinador de Área de Extensión

Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel

Coordinador Carrera Ingeniería Civil

Lic. Carlos Edelmar Velásquez González

Coordinador Carrera Contaduría Pública y Auditoría

Lic. Danilo Alberto Fuentes Bravo

Coordinador Carrera Profesorado en Educación
Primaria Bilingüe Intercultural

Lic. Yovani Alberto Cux Chan

Coordinador Carreras Sociología, Ciencias Políticas
y Relaciones Internacionales

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)

MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura
Lic. Byron Lionel Orozco García	Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado
MSc. Edvin Dardón González	Secretario
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Supervisor de EPS
PhD. Rubén Francisco Ruiz Mazariegos	Supervisor de EPS
Lic. Rudy Alberto Juí Kunze	Supervisor de EPS
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Supervisor de EPS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Juan Carlos López Navarro

Director

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez

Coordinador Académico

MSc. Víctor Manuel Fuentes López

Coordinador Carrera de Administración de
empresas, Técnico y Licenciatura.

Lic. Rudy Alberto Jui Kunze

Asesor

MSc. Edvin Dardón González

Revisor

DEDICATORIA

ACTO QUE DEDICO

A Dios: Por permitirme llegar hasta este momento, por darme vida, salud y sabiduría para poder llegar a este objetivo, además de darme de su infinita bondad y amor que renuevan mis fuerzas día a día para salir adelante.

A mis Padres: Efraín Orozco y Maria Elena Villatoro, con amor y respeto, un agradecimiento infinito por el apoyo incondicional en todo momento.

A mis Hijos: quienes ellos son mi fuente de amor e inspiración, porque este triunfo especialmente para ellos para que sea un ejemplo a seguir.

A mis Hermanos: por ser parte fundamental en mi vida y brindarme su apoyo y cariño incondicional.

A mi esposa: por su apoyo y amor incondicional. Abrazos hasta el cielo.

A mis Docentes: por su apoyo y dedicación, gracias por sus enseñanzas y por compartir sus conocimientos.

A mis Compañeros: por su cariño y amistad.

Al Centro Universitario de San Marcos: Por brindarme los conocimientos que me permitieron poder desarrollarme como profesional y de esta forma contribuir a la sociedad.

A mi Querido San Marcos: la tierra que me vio nacer.

San Marcos 17 septiembre de 2024

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA****CENTRO UNIVERSITARIO
DE SAN MARCOS**

Ingeniero:

Víctor Manuel Fuentes López

Coordinador

Carrera de Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos

Edificio.

Respetable Ingeniero.

Atentamente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que con base al nombramiento emitido por el departamento de EPS, se me asigna como **ASESOR ESPECIFICO** del **INFORME INDIVIDUAL** en su modalidad de **PLAN DE NEGOCIOS** titulado "*Implementacion de la empresa de servicios "barberia y salón de caballero LUXBAR."* Presentado por el estudiante: Jenner Efraín Orozco Villatoro, quien se identifica con carné no. 200841671.

Al respecto, me permito informarle que he revisado dicho trabajo, habiendo concluido con el respectivo proceso, respetando las normas que para el efecto establece nuestra unidad académica, por lo que, en virtud de lo anterior, el suscrito ha quedado satisfecho, emitiendo para el efecto **OPINION FAVORABLE**, para que el referido trabajo pueda seguir con los trámites correspondientes para el acto de investidura.

Se agradece la atención dada la presente; sin otro particular, me es grato suscribirme de ustedes.

Deferentemente:

Una firma manuscrita en tinta negra, que parece ser "Rudy Alberto Jui Kunze".

Rudy Alberto Jui Kunze
Asesor

ID Y ENSEÑAD A TODOS.

cc. archivo

San Marcos 14 Octubre de 2024

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA****CENTRO UNIVERSITARIO
DE SAN MARCOS**

Ingeniero:

Víctor Manuel Fuentes López

Coordinador

Carrera de Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos

Edificio.

Respetable Ingeniero.

Atentamente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que con base al nombramiento emitido por el departamento de EPS, se me asigna como **ASESOR ESPECIFICO** del **INFORME INDIVIDUAL** en su modalidad de **PLAN DE NEGOCIOS** titulado "*Implementacion de la empresa de servicios "barbería y salón de caballero LUXBAR"*". Presentado por el estudiante: Jenner Efraín Orozco Villatoro, quien se identifica con carné no. 200841671.

Al respecto, me permito informarle que he revisado dicho trabajo, habiendo concluido con el respectivo proceso, respetando las normas que para el efecto establece nuestra unidad académica, por lo que, en virtud de lo anterior, el suscrito ha quedado satisfecho, emitiendo para el efecto **OPINION FAVORABLE**, para que el referido trabajo pueda seguir con los trámites correspondientes para el acto de investidura.

Se agradece la atención dada la presente; sin otro particular, me es grato suscribirme de ustedes.

Deferentemente:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Edvin Bernardo Dardón González'.

Edvin Bernardo Dardón González

Revisor

ID Y ENSEÑAD A TODOS.

cc. archivo

Transc. EPSADMONCUSAM 15-2025

Marzo 6 de 2025

Ingeniero:
Víctor Manuel Fuentes López
Coordinador Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos.

Para su conocimiento y efectos, transcribo a usted el punto DECIMO SEPTIMO del acta no. 001-2025 de sesión ordinaria del Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado realizada de manera presencial en el salón del Centro de Computo el día viernes 6 de marzo de 2025, que dice:

DECIMO SEPTIMO: Se tuvo a la vista la solicitud presentada el día 6 de marzo del año 2025, por el estudiante: Jenner Efraín Orozco Villatoro, carné No. 200841671, la cual dice:

En mi calidad de estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y contando con los dictámenes favorables para mi informes, tanto del asesor Lic., Rudy Alberto Jui Kunze, como del Revisor MSc. Edvin Bernardo Dardón González, solicito se autorice la emisión del **DICTAMEN FINAL** para el mismo, que esta denominado: "Plan de negocios para la implementación de la empresa de servicios Barbería y salón de caballero LUXBAR".

Para lo cual el Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera Administración de Empresas, de conformidad con el artículo 24 inciso d, del normativo vigente, por unanimidad, **APRUEBA** el Trabajo denominado "Plan de negocios para la implementación de la empresa de servicios Barbería y salón de caballero LUXBAR". Presentado por el estudiante: **Jenner Efraín Orozco Villatoro, carné No. 200841671**, presentado como informe final de Trabajo de Graduación. El presente acuerdo deberá remitirse a la Coordinación de la Carrera de Administración de Empresas para su conocimiento y efectos de conformidad con la normativa vigente del Ejercicio Profesional Supervisado.



MSc. Edvin Bernardo Dardón González
Secretario

Departamento Ejercicio Profesional Supervisado
Administración de Empresas USAC - CUSAM

CC. Archivo.



San Marcos, 03 de marzo de 2025

Miembros Comisión de EPS
Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos
Edificio.

Respetuosamente, me permito informarles que de acuerdo al nombramiento respectivo en mi calidad de encargada de la Comisión de Redacción y Estilo de la Carrera de Administración de Empresas, he tenido a la vista el trabajo de graduación denominado **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS BARBERÍA Y SALÓN DE CABALLERO LUXBAR**, modalidad plan de negocios, presentado por el estudiante **JENNER EFRAÍN OROZCO VILLATORO** carné **200841671** previo a optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas, y en virtud que el referido informe, a mi consideración, cumple con los lineamientos establecidos, me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE** para que se traslade a donde corresponde y se continúe con el proceso administrativo respectivo.

Atentamente.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature appears to be "Gladys del Rosario Méndez Pérez". To the right of the signature, there are handwritten numbers "20" and "88" stacked vertically.

Licda. Gladys del Rosario Méndez Pérez
Encargada Comisión de Redacción y Estilo
Carrera Administración de empresas



Transc.COACUSAM-146-2025
13 de marzo 2025

ESTUDIANTE: JENNER EFRAÍN OROZCO VILLATORO
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
CUSAM, Edificio.

Atentamente transcribo a usted el Punto **QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS, inciso a) subinciso a.44) del Acta No. 005-2025**, de sesión ordinaria celebrada por la Coordinación Académica, el 12 de marzo de 2025, que dice:

“QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS: a) ORDENES DE IMPRESIÓN. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. a.44) La Coordinación Académica conoció Providencia No. CAECUSAM-57-2025, de fecha 11 marzo de 2025, suscrita por el Ing. Víctor Manuel Fuentes López, Coordinador Carrera Administración de Empresas, a la que adjunta solicitud del estudiante: JENNER EFRAÍN OROZCO VILLATORO, Carné No. 200841671, en el sentido se le **AUTORICE IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS "BARBERÍA Y SALÓN DE CABALLERO LUXBAR"**, previo a conferírsele el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La Coordinación Académica en base a la opinión favorable del Asesor, Comisión de Revisión y Coordinador de Carrera, **ACORDÓ: AUTORIZAR IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS "BARBERÍA Y SALÓN DE CABALLERO LUXBAR"**, al estudiante: JENNER EFRAÍN OROZCO VILLATORO, Carné No. 200841671, previo a conferírsele el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.”

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez
Coordinador Académico



c.c. Archivo
REOS/ejle

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO:	1
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	3
2.1. Historia empresarial.....	3
2.2. Localización geográfica:.....	3
2.3. Planificación Estrategica	4
2.4. Análisis FODA	6
3. PRODUCTO O SERVICIO	8
3.1. Corte de Cabello Personalizado.....	8
3.2. Afeitado Clásico con Navaja	8
3.3. Mantenimiento y Estilización de Barba.....	8
3.4. Tratamientos Capilares Premium	8
3.5. Masajes Faciales y de Cuello.....	9
3.6. Cuidado de Piel Masculina	9
3.7. Manicura y Pedicura Masculina	9
3.8. Spa Masculino	9
3.9. Asesoramiento en Imagen	9
3.10. Venta de Productos Premium	10
3.11. Servicios a Domicilio o Corporativos	10
3.12. Valor del Servicios:	10
3.13. Características del Servicios:.....	11
3.14. Descripción del Servicios:	12
3.15. Usos del Servicios:	13
4. EQUIPO DE GESTIÓN.....	15

5.	MERCADO Y COMPETENCIA	16
5.1.	Oferta	16
5.2.	Demanda.....	17
5.3.	Valor diferencial del producto.....	21
5.4.	Descripción del mercado y la competencia	24
5.5.	Tamaño del mercado y crecimiento.....	27
5.6.	Competencia	28
6.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	35
6.1.	Organización administrativa.....	35
7.	PLAN DE MARKETING	35
7.1.	Definición de Objetivos de Marketing	36
7.2.	Segmentación y Mercado Meta	37
7.3.	Propuesta de Valor.....	37
7.4.	Estrategias de Promoción	38
7.5.	Fidelización del Cliente	38
7.6.	Estrategia de Precios.....	39
7.7.	Expansión de la Oferta	39
7.8.	Medición y Ajuste	40
8.	PLAN DE PRODUCCIÓN	41
8.1.	Proyección de producción	42
8.2.	Tecnología y equipamiento.	43
8.3.	Programación.....	43
9.	PLAN FINANCIERO.....	45
9.1.	Inversión Inicial y Costos.	46
9.2.	Financiamiento externo.	50
8.3.	FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS.....	52
8.4.	Estado de resultados	54
8.5.	Balance general.....	55
8.6.	Rentabilidad: (VAN, TIR).....	56

8.7.	Cálculo y gráfica del punto de equilibrio financiero.	6157
9.	ANALISIS DE RIESGOS.	62
9.1.	Identificación de Riesgos del Entorno, Propios del Negocio y Operacionales.	62
9.2.	Matriz de riesgos	63
10.	CONCLUSIONES	64
11.	RECOMENDACIONES	65
12.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	66

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Análisis FODA	6
Tabla 2 Servicios de LUXBAR y Precios	12
Tabla 3 Servicios Especializados de LUXBAR y Precios	12
Tabla 4 Otros Servicios Especializados de LUXBAR	13
Tabla 5 Perfil, funciones, atribuciones, comunicación del puesto laboral de Administradora	30
Tabla 6 Perfil, funciones, atribuciones, comunicación del puesto laboral Asesor/a de imagen.	32
Tabla 7 Perfil, funciones, atribuciones, comunicación del puesto Barbero en Jefe	33
Tabla 8 Perfil, funciones, atribuciones, comunicación del puesto laboral estilista	34
Tabla 9 Abreviaciones utilizadas en el área financiera.	38
Tabla 10 Plan de producción de enero a junio año 1.....	39
Tabla 11 Plan de producción de julio a diciembre año 1.....	40
Tabla 12 Ventas y Margen de ganancia en temporada alta (meses: febrero, abril, mayo, junio, septiembre, noviembre y diciembre.....	40
Tabla 13 Ventas y Margen de ganancia en temporada baja (meses: enero, marzo, julio, agosto, octubre.	41
Tabla 14 Tecnología y equipo. ,	53
Tabla 15 Descripción equipo de computo	53
Tabla 16 Programación de actividades comerciales y de servicios.	53
Tabla 17 Resumen de inversión inicial.....	53
Tabla 18 Inversión inicial de equipo.	53
Tabla 19 Inversión de mobiliario.....	54
Tabla 20 Inversión inicial de equipo.	54
Tabla 21 Inversión en remodelación.	55
Tabla 22 Gastos de publicidad.....	55
Tabla 23 Inversión inicial de equipo de computo.....	55
Tabla 24 Inversión inicial de inventario de ventas.	56
Tabla 25 Gastos de organización y constitución.	56
Tabla 26 Resumen de costos iniciales.	56
Tabla 27 Gastos de alquiler y servicios básicos.	57
Tabla 28 Costos de promoción inicial.	57
Tabla 29 Costos de limpieza y mantenimiento.....	58
Tabla 30 Inventario de consumo.	58
Tabla 31 Planilla de sueldos	61
Tabla 32 Fuentes de inversión y financiamiento	61
Tabla 33 Cuadro de pago de préstamo e interés.....	61
Tabla 34 Flujo de fondos proyectados.....	61
Tabla 35 Estado de resultados.	62
Tabla 36 Balance general.	62

Tabla 37 Valor Actual Neto.....	59
Tabla 38 Tasa Interna de Retorno VAN+.....	59
Tabla 39 Tasa Interna de Retorno VAN-.....	59
Tabla 40 Matriz de riesgos.	60

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1 Oferta del servicio en las cabeceras Municipales de San Marcos y San Pedro Sac.	16
Gráfica 2 Asesoramiento de Imagen.	17
Gráfica 3 Resultado de evaluación según edad.	17
Gráfica 4 Frecuencia con la que se utiliza el servicio.	18
Gráfica 5 Cantidad de serivicios que se demandan.	18
Gráfica 6 Tipo de servicios Requeridos.	19
Gráfica 7 Tipo de servicios complementarios de interes.....	19
Gráfica 8 Conocer sobre el servicio de asesoria de imagen masculina.	20
Gráfica 9 Contrataria el servicio de asesoria de imagen masculina.	20
Gráfica 10 Punto de Equilibrio.....	65

1. RESUMEN EJECUTIVO:

El mercado destinado a productos y servicios de belleza en San Pedro Sacatepéquez y San Marcos es amplio y en constante crecimiento, caracterizado por una demanda cada vez más diversificada y exigente, especialmente entre los hombres que buscan una experiencia integral de cuidado personal. Tradicionalmente, estos servicios se asociaban más al cuidado femenino, pero en la actualidad, los hombres se han convertido en un segmento importante en la región, impulsando una nueva tendencia de consumo.

Si bien los servicios básicos de belleza han incluido cortes de cabello y tratamientos faciales, LUXBAR se posiciona en el mercado ofreciendo una gama de servicios exclusivos que van desde el mantenimiento de barbas y afeitado tradicional, hasta tratamientos capilares de lujo y asesoramiento en imagen. Estos servicios están diseñados para clientes que buscan un cuidado detallado y personalizado, adaptado tanto a su estilo de vida profesional como a sus necesidades diarias.

En el contexto local, eventos sociales y culturales en municipios como San Pedro Sacatepéquez y San Marcos, tales como graduaciones, cenas formales y eventos empresariales, han elevado la demanda de servicios especializados. La asistencia a estos eventos por parte de hombres que desean proyectar una imagen impecable ha impulsado la necesidad de contar con espacios de lujo que ofrezcan estos servicios de manera continua.

Para capitalizar esta oportunidad, LUXBAR propone un plan de negocios enfocado en optimizar los procesos operativos y garantizar una experiencia premium para los clientes. El plan incluye la creación de un ambiente sofisticado y cómodo, equipado con mobiliario de alta gama y tecnología de punta, permitiendo la prestación eficiente de los servicios. Además, LUXBAR se enfocará en establecer canales de contacto que faciliten la provisión de servicios tanto en el salón como a domicilio, ampliando así su cobertura.

La inversión total estimada para este proyecto es de Q85,000.00, de los cuales el 47% (Q40,000.00) será financiado por dos inversores, mientras que el 53% restante (Q45,000.00) provendrá del capital propio de la propietaria, destinado a asegurar la compra del equipo necesario y la adecuación del espacio. Este plan financiero se complementará con una

estrategia publicitaria que abarcará medios digitales y tradicionales, asegurando así una sólida presencia en los municipios meta, posicionando a LUXBAR como la referencia de cuidado personal y estilo masculino en la región.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

2.1. Historia empresarial.

A mediados del año 2016, en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos, el fundador de LUXBAR decidió iniciar su trayectoria en el ámbito del cuidado personal masculino, tras completar un proceso formativo especializado en barbería y estilo. Con una inversión inicial de Q4,700.00, se adquirió el equipo básico necesario para comenzar a ofrecer servicios a vecinos, amigos y conocidos de la localidad. Esta primera fase permitió el reconocimiento y aceptación de los servicios de cortes y mantenimiento de barba en la región.

En 2014, con más experiencia acumulada, el fundador de LUXBAR amplió su oferta laboral colaborando en diversos salones de belleza, brindando servicios especializados en corte de cabello y cuidado de la barba para hombres. Fue en esta etapa cuando también se comenzó a ofrecer asesoría en imagen para eventos culturales y de belleza dentro de la comunidad, destacando en eventos locales organizados por instituciones gubernamentales, educativas y privadas, que solicitaron estos servicios de manera puntual para sus actividades.

Actualmente, los servicios de LUXBAR se prestan de manera regular a una clientela consolidada, que valora la calidad y el trato personalizado que ofrece. Sin embargo, dada la creciente demanda y la aceptación positiva en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos, se ha identificado una clara oportunidad para expandir el negocio de manera formal y estructurada. Esta expansión no solo permitirá atender a un público más amplio, sino también posicionar a LUXBAR como la barbería de referencia en la región, ofreciendo una experiencia de lujo y servicios exclusivos en el cuidado de la imagen masculina.

2.2. Localización geográfica:

El salón de belleza y asesoramiento de imagen “LUXBAR” se ubicara en 4ta Av. 1-11 zona 3 San Pedro Sacatepéquez San Marcos. Se encuentra dentro de una vía comercial conocida, con fácil acceso desde los puntos de San Pedro y San Marcos, el acceso es por medio de calles pavimentadas y con un sector amplio de parqueo fuera del local.

2.3. Planificación Estratégica

2.3.1. Objetivos

Objetivo General.

Elaborar un Plan de Negocios Real para el establecimiento de LUXBAR, una barbería y salón de caballeros de alta gama en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos, con servicios especializados en el cuidado de la imagen masculina y tratamientos premium, posicionándose como líder en el mercado regional.

Objetivos Específicos:

- **Realizar un estudio de mercado** que permita identificar el estado actual de la demanda de servicios de barbería y asesoría de imagen masculina en San Pedro Sacatepéquez, San Marcos y municipios aledaños, así como otras necesidades aún no satisfechas dentro de este sector específico.
- **Determinar la inversión necesaria** para la creación de **LUXBAR**, evaluando los costos de mobiliario, equipo profesional, local comercial y personal especializado. Además, analizar los periodos de retorno, proyectando el tiempo estimado para que el negocio comience a generar utilidades, lo que permitirá evaluar la viabilidad financiera del proyecto.
- **Explorar y seleccionar las mejores alternativas de inversión** que favorezcan la expansión de **LUXBAR**, buscando opciones que optimicen el crecimiento del negocio y maximicen el alcance a un mayor mercado potencial, todo bajo un enfoque de sostenibilidad y proyección a largo plazo.

a) Misión

Proporcionar a los caballeros una experiencia de cuidado personal exclusiva y de alta calidad, combinando técnicas tradicionales con las últimas tendencias en barbería y estilo masculino. Con un ambiente sofisticado donde cada cliente se sienta atendido de manera personalizada, asegurando su satisfacción a través de un servicio de lujo y productos de primera clase.

b) Visión

Ser reconocidos como la barbería de referencia en San Pedro Sacatepéquez, San Marcos y municipios aledaños, liderando el mercado de servicios de cuidado personal masculino con un enfoque en la excelencia, la innovación y el crecimiento sostenible. Aspiramos a transformar la experiencia de barbería para hombres, posicionando a **LUXBAR** como un símbolo de estilo y distinción en la región.

c) Valores

- **Excelencia:** Nos comprometemos a ofrecer servicios de la más alta calidad en todos los aspectos, desde los cortes de cabello y el cuidado de la barba hasta el asesoramiento en imagen, asegurando que cada cliente reciba un tratamiento excepcional.
- **Atención Personalizada:** Valoramos a cada cliente como único, brindando una experiencia individualizada que se adapta a sus necesidades y preferencias. Nos esforzamos por escuchar, entender y superar las expectativas de cada persona que visita LUXBAR.
- **Innovación:** Nos mantenemos a la vanguardia de las últimas tendencias y técnicas en barbería y cuidado personal masculino, utilizando productos de alta gama y métodos innovadores para garantizar que nuestros servicios se mantengan modernos y relevantes.
- **Profesionalismo:** Cada miembro de nuestro equipo trabaja con dedicación, responsabilidad y respeto, asegurando que LUXBAR mantenga su reputación de confianza y seriedad. La puntualidad, el detalle y la consistencia son clave en todo lo que hacemos.
- **Sostenibilidad:** Nos preocupamos por el impacto ambiental y social de nuestras operaciones. En LUXBAR, buscamos adoptar prácticas sostenibles y responsables, desde el uso de productos ecológicos hasta la reducción de residuos y el fomento de una comunidad consciente y comprometida.

- **Comodidad y Estilo:** El ambiente en LUXBAR está diseñado para ser un espacio de relajación y lujo, donde nuestros clientes puedan desconectarse y disfrutar de una experiencia de cuidado personal superior, todo en un entorno estilizado y confortable.
- **Respeto y Diversidad:** Valoramos la diversidad de nuestros clientes y fomentamos un ambiente inclusivo y respetuoso. Tratamos a todos con dignidad, independientemente de su estilo, preferencias o antecedentes, asegurando que LUXBAR sea un lugar donde todos se sientan bienvenidos.
- **Pasión por el Servicio:** En LUXBAR, amamos lo que hacemos. Nuestra pasión por el cuidado personal masculino y el estilo nos impulsa a ofrecer siempre lo mejor, generando una experiencia memorable y gratificante para cada cliente.

2.4. Análisis FODA

TABLA 1 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS:
<ul style="list-style-type: none"> • Base de clientes fieles: Aunque LUXBAR es un salón de reciente creación, cuenta con una base de clientes frecuentes que valoran los servicios exclusivos y de alta calidad. • Servicios de lujo: LUXBAR ofrece una experiencia premium con productos y tratamientos de alta gama, lo que lo diferencia de las opciones de barberías tradicionales. • Ubicación estratégica: El local de LUXBAR está convenientemente ubicado en una zona de fácil acceso, con opciones de parqueo cercanas y en una zona comercial clave, facilitando el flujo constante de clientes. • Equipo altamente calificado: El personal está capacitado no solo en barbería, sino también en asesoría de imagen y estilo masculino, proporcionando un servicio completo e integral. • Horarios flexibles: LUXBAR estará abierto en horarios extendidos, incluyendo fines de semana y días festivos, lo que se espera sea un fuerte atractivo, dado que muchas otras barberías no operan durante estos días. • Servicios a domicilio: Se ofrecerán servicios premium de barbería y cuidado personal a domicilio, brindando mayor conveniencia y flexibilidad a los clientes que prefieran una atención personalizada en la comodidad de su hogar.

OPORTUNIDADES

- **Expansión en el mercado masculino:** El creciente interés en la imagen personal masculina en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos representa una oportunidad clave para LUXBAR de convertirse en un referente en barbería de alta gama.
- **Certámenes y eventos sociales:** La demanda de servicios de cuidado personal y asesoría en imagen para bodas, eventos empresariales y certámenes locales es una oportunidad perfecta para posicionar a LUXBAR en la comunidad.
- **Promoción a través de redes sociales:** El uso de plataformas como Instagram y Facebook permitirá a LUXBAR llegar a un público más amplio, destacando sus servicios de lujo, promociones y resultados de clientes satisfechos.
- **Zona de alta afluencia:** La ubicación de LUXBAR en un área comercial y en una ruta de transporte público facilita el acceso a una mayor cantidad de clientes, tanto locales como de municipios cercanos

DEBILIDADES

- **Capacidad limitada de personal:** Actualmente, el equipo de trabajo es reducido, lo que puede limitar la capacidad de atención a un gran volumen de clientes, especialmente durante horas pico.
- **Reconocimiento de marca:** Al ser un negocio relativamente nuevo, tomará tiempo establecer la reputación de LUXBAR y captar una base de nuevos clientes más amplia.

AMENZAS

- **Condiciones climáticas:** Durante la temporada de invierno, el clima puede afectar la movilidad tanto del personal como de los clientes, especialmente si se ofrecen servicios a domicilio.
- **Incremento en los costos de insumos:** El aumento en el costo de los productos de alta calidad podría afectar los márgenes de ganancia, especialmente si los precios de venta no se ajustan adecuadamente.
- **Competencia desleal:** La aparición de competidores que ofrezcan servicios similares a precios más bajos, sin mantener el mismo nivel de calidad, podría generar desafíos en la atracción de nuevos clientes.

3. PRODUCTO O SERVICIO

3.1. Corte de Cabello Personalizado

- **Cortes a medida:** Adaptados a las necesidades del cliente según su tipo de rostro y estilo.
- **Cortes de tendencia:** Basados en las últimas modas, manteniendo siempre un enfoque en la elegancia y el detalle.
- **Consultoría de estilo:** Recomendaciones sobre cortes y tendencias que mejor se adapten a la imagen deseada.

3.2. Afeitado Clásico con Navaja

- **Afeitado al ras:** Utilizando técnicas tradicionales con toallas calientes, aceites pre-afeitado, espumas y bálsamos calmantes.
- **Afeitado de barba:** Perfilado y diseño de barba con navaja, cuidando cada detalle para una apariencia pulida.

3.3. Mantenimiento y Estilización de Barba

- **Recorte y perfilado de barba:** Estilización y cuidado de la barba, con productos de alta gama como aceites, bálsamos y ceras.
- **Tratamientos de hidratación para barba:** Para mantener una barba sana y bien cuidada.

3.4. Tratamientos Capilares Premium

- **Mascarillas y tratamientos hidratantes:** Especializados para cabello seco o dañado.
- **Tratamientos anticaída:** Utilización de productos especializados para estimular el crecimiento y fortalecer el cabello.
- **Coloración personalizada:** Desde retoque de canas hasta coloraciones integrales para un look fresco.

3.5. Masajes Faciales y de Cuello

- **Masajes relajantes:** Realizados antes o después del afeitado, utilizando cremas y lociones calmantes.
- **Tratamientos anti-estrés:** Que incluyen masajes con piedras calientes o productos naturales.

3.6. Cuidado de Piel Masculina

- **Limpieza facial profunda:** Para eliminar impurezas y revitalizar la piel.
- **Mascarillas rejuvenecedoras:** Hidratación profunda para una apariencia fresca y cuidada.

3.7. Manicura y Pedicura Masculina

- **Manicura y pedicura clásica:** Tratamiento de uñas con acabado pulido y cuidado de la piel.
- **Manicura y pedicura de lujo:** Incluyendo exfoliaciones, hidratación intensiva y masajes de manos y pies.

3.8. Spa Masculino

- **Tratamientos integrales de spa:** Que incluyen masajes corporales, exfoliaciones y relajación en un ambiente premium.
- **Tratamientos antienvjecimiento:** Aplicación de productos y técnicas para el rejuvenecimiento de la piel.

3.9. Asesoramiento en Imagen

- **Consultoría de estilo integral:** Que abarque desde la elección del corte de cabello y barba hasta recomendaciones en vestimenta y estilo personal.
- **Preparación para eventos:** Asesoría y servicio integral para eventos importantes como bodas o reuniones formales.

3.10. Venta de Productos Premium

- **Productos exclusivos para el cuidado personal:** Desde aceites para barba hasta pomadas y cremas faciales, todos de marcas de lujo y de alta calidad.
- **Suscripciones y membresías VIP:** Paquetes de servicios recurrentes para clientes que deseen mantener un cuidado regular.

3.11. Servicios a Domicilio o Corporativos

- **Barbería a domicilio:** Servicios premium en la comodidad del hogar o para clientes corporativos.
- **Servicios especiales para eventos:** Como bodas, donde el cliente puede recibir un tratamiento completo de barbería y cuidado personal.

3.12. Valor del Servicios:

Una barbería de lujo es un establecimiento exclusivo que ofrece a sus clientes servicios especializados en el cuidado personal masculino, incluyendo cortes de cabello, diseño y mantenimiento de barba, así como tratamientos para el cuidado y conservación de la piel. El objetivo principal de LUXBAR es promover una imagen impecable y saludable para sus clientes, basada en la elegancia y el estilo.

LUXBAR se distingue por estar atendido y dirigido por profesionales expertos en la materia, quienes combinan técnicas tradicionales con las últimas tendencias en estilo masculino. Además, en LUXBAR se ofrecen productos de alta gama, cuidadosamente seleccionados, para mantener la calidad en el cuidado de la piel, cabello y barba.

El asesoramiento en imagen que brinda LUXBAR busca realzar la apariencia de cada cliente, tomando en cuenta su tipo de rostro, estructura facial, estilo de vida y preferencias. Las recomendaciones son personalizadas, respetando siempre el estilo propio del cliente, pero adaptándolo para mejorar su presentación personal en diferentes entornos. A veces, puede ser necesario realizar cambios más drásticos en la imagen del cliente para lograr los resultados deseados y alcanzar el perfil objetivo.

En la actualidad, muchos hombres consideran los servicios de asesoramiento de imagen como una inversión valiosa, tanto para su vida personal como profesional. El asesoramiento no solo mejora su apariencia, sino que también les brinda herramientas prácticas para proyectar confianza y éxito en todas sus actividades.

3.13. Características del Servicios:

Las principales características que diferencian a LUXBAR de una barbería tradicional o salón de belleza radican en su exclusivo servicio de asesoramiento en imagen masculina. Este servicio no solo se enfoca en el corte de cabello o el mantenimiento de la barba, sino que va más allá, proporcionando un acompañamiento integral que garantiza la satisfacción del cliente en cada aspecto de su imagen personal.

LUXBAR no se limita a ofrecer servicios dentro de sus instalaciones, sino que acompaña al cliente en actividades clave, como la compra de artículos de vestir y calzado, asegurándose de que cada elemento de su estilo personal se alinee con su imagen ideal. Este enfoque evita que el asesoramiento sea un servicio estático y sedentario; en lugar de ello, los expertos de LUXBAR trabajan junto al cliente en tiempo real, garantizando que cualquier imprevisto o necesidad pueda ser resuelto de manera inmediata y efectiva.

Además, la flexibilidad en los horarios de atención es una de las fortalezas de LUXBAR, comprendiendo que muchos de sus clientes manejan agendas ocupadas. Este servicio también está disponible para ocasiones especiales, como eventos empresariales o certámenes, donde los cambios rápidos y la disponibilidad en horarios y lugares variables son esenciales para el éxito del cliente.

En cuanto a la asesoría para corporaciones, LUXBAR ofrece un enfoque único, trabajando de la mano con la marca y el diseño de cada empresa, asegurándose de que la imagen corporativa que se desea transmitir sea coherente y efectiva. Esto incluye conocer al personal de la empresa, tomando en cuenta sus preferencias y sugerencias, para que el resultado sea un estilo que impacte comercialmente, sea cómodo y presentable a nivel institucional, generando una imagen corporativa sólida y atractiva

3.14. Descripción del Servicios:

Se describirá la variedad de servicios que se prestaran tanto en el local como a domicilio según cual sea y disposición de mobiliario.

Se definirán los costos según precios del mercado actual y sondeos realizados en el estudio de mercado, mismos con los que se cuenta con el conocimiento e insumos necesarios para poder generar en el cliente una satisfacción total y al alcance de su bolsillo.

TABLA 2 SERVICIOS DE LUXBAR Y PRECIOS

Descripción	Precio
Corte de Cabello Masculino Premium	Q 125.00
Corte de Cabello + Afeitado Clásico con Navaja	Q 225.00
Diseño y Perfilado de Barba	Q 95.00
Afeitado Clásico con Navaja	Q 85.00
Corte de Cabello para Caballero VIP	Q 175.00
Tratamiento Capilar Hidratante	Q 250.00
Masaje Facial Relajante + Afeitado	Q 150.00
Corte de Cabello + Tratamiento Capilar	Q 225.00
Corte + Asesoría en Imagen Masculina	Q 300.00
Corte de Cabello para Niños	Q 75.00

TABLA 3 SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE LUXBAR Y PRECIOS

Descripción	Precio
Alisado de Barba Permanente	Q 350.00
Coloración de Barba	Q 200.00
Tratamiento Rejuvenecedor para Barba	Q 175.00
Corte de Cabello y Barba a Domicilio	Q 350.00
Limpieza Facial con Mascarilla	Q 225.00
Planchado de Barba	Q 150.00

TABLA 4 OTROS SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE LUXBAR

Descripción	Precio
Lavado y Secado de Cabello Masculino	Q 50.00
Tratamiento Capilar + Masaje Relajante	Q 250.00
Recorte de Cejas Masculino	Q 50.00
Planchado de Cabello Masculino	Q 75.00
Depilación de Cejas y Mentón	Q 100.00
Depilación de Espalda	Q 400.00
Depilación de Piernas	Q 450.00

3.15. Usos del Servicios:

El servicio de LUXBAR está enfocado en brindar soluciones de imagen personal tanto para actividades sociales como para eventos corporativos. Nuestro objetivo es facilitar cambios de apariencia y estilo que se alineen con las últimas tendencias de moda y los requerimientos específicos de cada cliente, siempre con un enfoque en la personalización y el impacto de la imagen.

Los servicios de LUXBAR varían según la temporada, las tendencias de moda y las necesidades del cliente. Desde cortes de cabello sofisticados hasta cambios de imagen completos, muchos de nuestros clientes buscan rejuvenecer su estilo o reflejar una versión más pulida y atractiva de sí mismos. Algunos clientes se inspiran en iconos de la moda, mientras que otros priorizan la comodidad y la autenticidad, buscando reflejar su esencia personal.

El asesoramiento de imagen que ofrecemos es más que un simple servicio estético, ya que está orientado a eventos donde la singularidad y el detalle son cruciales para lograr el impacto deseado. En LUXBAR, comprendemos que ciertos eventos, como bodas y quince años, requieren una atención meticulosa en cada aspecto del estilo. Trabajamos estrechamente con el cliente para asegurarnos de que cada elemento, desde el peinado hasta

los detalles del traje o vestido, estén en perfecta armonía con la ocasión, el entorno y la temporada. El objetivo es que nuestros clientes se sientan cómodos, seguros y admirados en su día especial.

En eventos sociales, culturales y religiosos, el buen vestir es esencial para resaltar y proyectar elegancia. LUXBAR sabe que para muchas personas, la formalidad no es casual, sino una forma de expresión. Por ello, nos especializamos en asesorar a nuestros clientes para que destaquen en cada evento, transmitiendo confianza y estilo a través de su apariencia.

En cuanto a la imagen corporativa, en LUXBAR ofrecemos asesoramiento especializado para empresas que buscan proyectar una imagen profesional coherente con su marca. Sabemos que la primera impresión que generan los colaboradores es fundamental para el éxito de una organización. Trabajamos en la mejora y el diseño de vestimentas que no solo se adapten a las exigencias del trabajo, sino que también proyecten la identidad corporativa deseada.

Las organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, deben reconocer que la imagen que proyectan es clave para su éxito. LUXBAR se especializa en asesorar a empresas en la creación de uniformes y vestimentas corporativas que reflejen su visión y valores. A través de un proceso de colaboración, diseñamos prendas que, además de ser funcionales, realcen la presencia y el profesionalismo de los empleados, tanto dentro como fuera de las instalaciones de la organización.

4. EQUIPO DE GESTIÓN

El proceso de gestión estará a cargo de la encargada y administradora de la barbería y del servicio de asesoramiento de imagen, lo que permitirá un conocimiento detallado de cada etapa del negocio, así como la adquisición del dominio necesario sobre la plataforma en la que se desarrollará la operación de LUXBAR. Esta gestión integral facilitará la comprensión del funcionamiento completo del negocio, asegurando que todas las operaciones se realicen de manera eficiente.

Dado que el proceso de financiamiento se llevará a cabo combinando capital propio y financiamiento bancario, se abre la oportunidad para obtener el capital necesario que garantice el establecimiento y desarrollo adecuado del negocio. Además, las cotizaciones y la determinación de una relación óptima entre precio y calidad serán factores clave en la adquisición de productos y servicios que favorezcan a la empresa, manteniendo altos estándares de calidad.

La administración será responsable de gestionar tanto las contrataciones de personal como los trabajos de adecuación dentro de las instalaciones. Estos procesos se realizarán de acuerdo con los estándares establecidos, garantizando que el equipo contratado cumpla con las expectativas y produzca los resultados esperados. La encargada de la administración deberá asegurarse de que todos los colaboradores se alineen con los valores y la calidad que LUXBAR busca proyectar.

La gestión también implicará la creación de espacios y convocatorias para los procesos de selección y contratación de personal. Se ha determinado que el equipo debe estar compuesto por un grupo de profesionales que compartan y respondan a los objetivos, la misión y la visión de LUXBAR. Por lo tanto, este proceso será de suma importancia para asegurar que el personal seleccionado contribuya al éxito y al crecimiento del negocio.

5. MERCADO Y COMPETENCIA

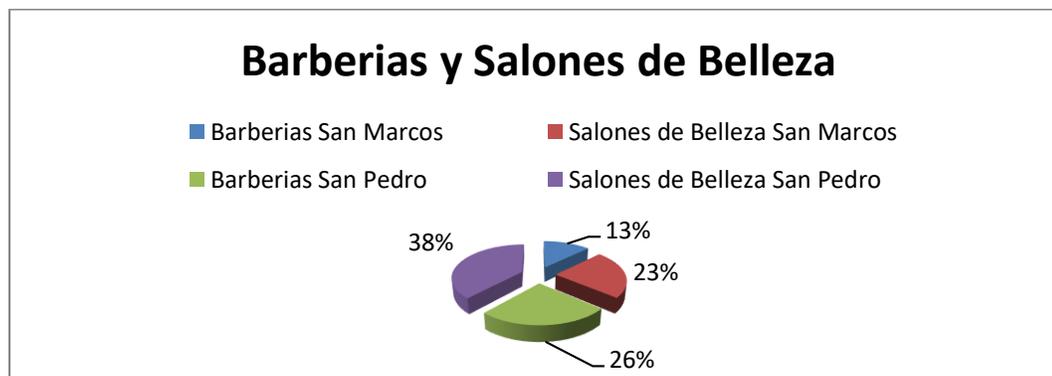
5.1. Oferta

Actualmente, la oferta de servicios de barbería y cuidado personal masculino en San Pedro Sacatepéquez y San Marcos está concentrada en un número limitado de establecimientos, principalmente barberías; Sin embargo, el asesoramiento de imagen masculina se ofrece de manera informal y con conocimientos limitados sobre imagen y proyección personal, lo que deja insatisfecha una parte significativa del mercado.

En eventos de belleza y estilo, hay personas que intentan ofrecer asesoría de imagen, pero el servicio integral que vincula el estilo personal con la proyección adecuada es casi inexistente. Esto crea una oportunidad para LUXBAR, que con su enfoque especializado puede cubrir esta demanda, proporcionando una solución completa que integre tanto el corte de cabello como el asesoramiento en imagen y estilo masculino de alta calidad.

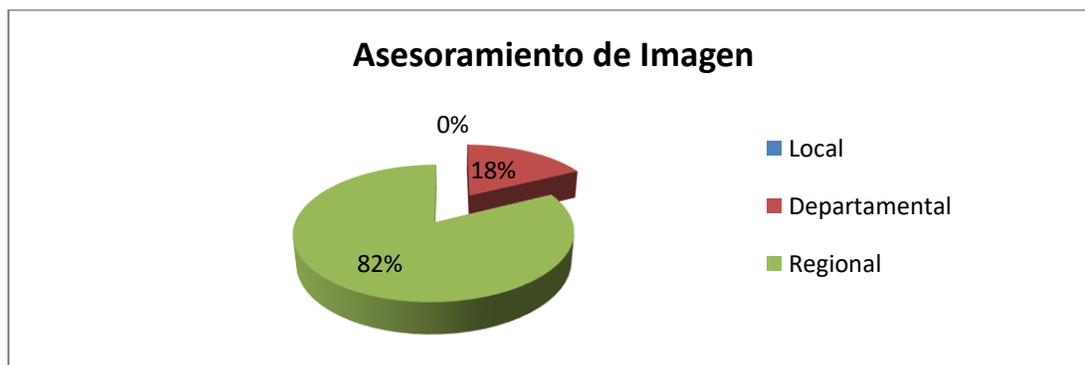
En cuanto al área de asesoramiento de imagen corporativa, la oferta actual es nula. Las empresas suelen diseñar los perfiles de sus empleados basándose en percepciones internas o en guías preestablecidas por otras empresas, sin adaptarse a las necesidades y objetivos específicos de su marca. Esto genera un vacío en el mercado, que LUXBAR puede aprovechar al ofrecer asesoramiento personalizado que alinee la imagen de los colaboradores con la visión y los valores de la empresa, creando una imagen corporativa única y efectiva.

GRÁFICA 1 OFERTA DEL SERVICIO EN LAS CABECERAS MUNICIPALES DE SAN MARCOS Y SAN PEDRO SAC.



Los servicios de Barberías y Salones de belleza se encuentran concentrados en los cascos urbanos de las cabeceras municipales, siendo el municipio de San Pedro Sacatepéquez del departamento de San Marcos quien contiene un mayor número siendo: 12 Barberías que representan el 26% de la oferta y 18 Salones que equivalen al 36%. Dentro del casco urbano de la cabecera municipal de San Marcos los numero corresponden a 6 barberías que equivalen al 13% y 11 Salones con el 23%.

GRÁFICA 2 ASESORAMIENTO DE IMAGEN.



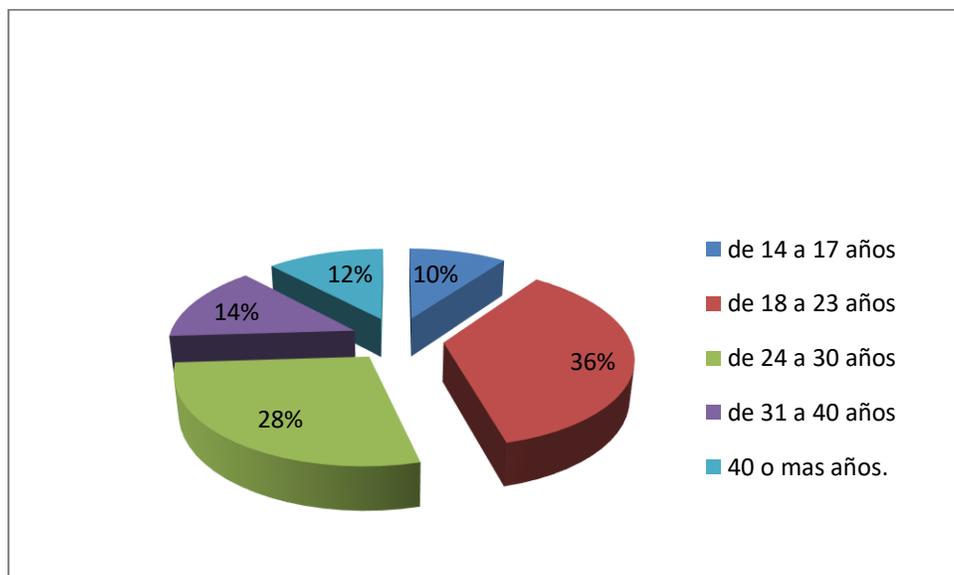
Dentro del servicio directo y formal del Asesoramiento de Imagen. Dentro de los entrevistados quienes han adquirido el servicio entre los cuales se encuentra, entidades gubernamentales y el sector privado. Se estima que el 82% adquirió el mismo a nivel regional proveniente de la Ciudad Capital y un 18% a nivel Departamental (Municipios de San Pablo, San Rafael y Malacatan).

5.2. Demanda

Para conocer la demanda sobre el servicio fue necesario realizar un proceso de encuestas a público en general. Se encuestaron a 38 mujeres que corresponde al 76 % de los entrevistados son mujeres y el 24% Hombres con 12 entrevistados.

El 100% de los entrevistados son clientes activos dentro de los servicios que se brindan en Salones de Belleza y Barberías

GRÁFICA 3 RESULTADO DE EVALUACIÓN SEGÚN EDAD.



El 36% de los entrevistados como rango de edad mayoritario que se encuentra entre los 18 a 23 años de edad, el segundo grupo con un 28% y un rango de 24 a 30 años de edad, los grupos de 31 a 40 años, más de 40 años y 14 a 17 años tienen el 14%, 12% y 10% respectivamente.

GRÁFICA 4 FRECUENCIA CON LA QUE SE UTILIZA EL SERVICIO.



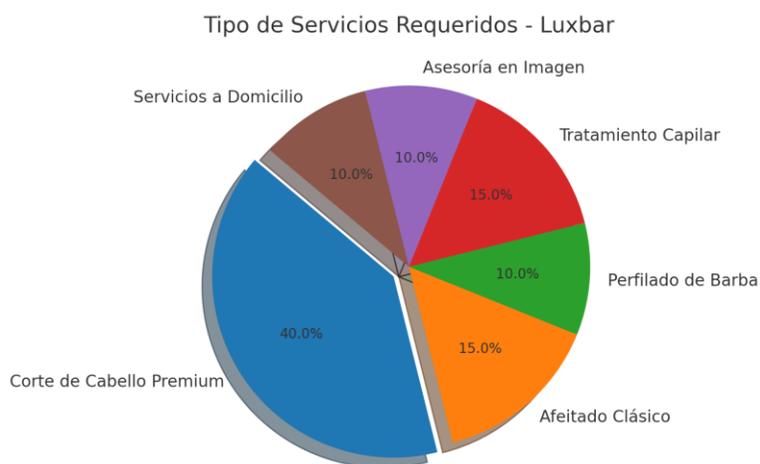
La mayoría de los encuestados responde visitar un salón de belleza o barbería por lo menos una vez al mes esto corresponde al 86% de la muestra con una cifra de 43, un 8% corresponde a los que buscan este servicio con una cifra de 4 personas, 3 o más queda con un 0% mientras que un 6% que corresponde a 3 personas buscan el servicio una vez cada dos meses.

GRÁFICA 5 CANTIDAD DE SERVICIOS QUE SE DEMANDAN.



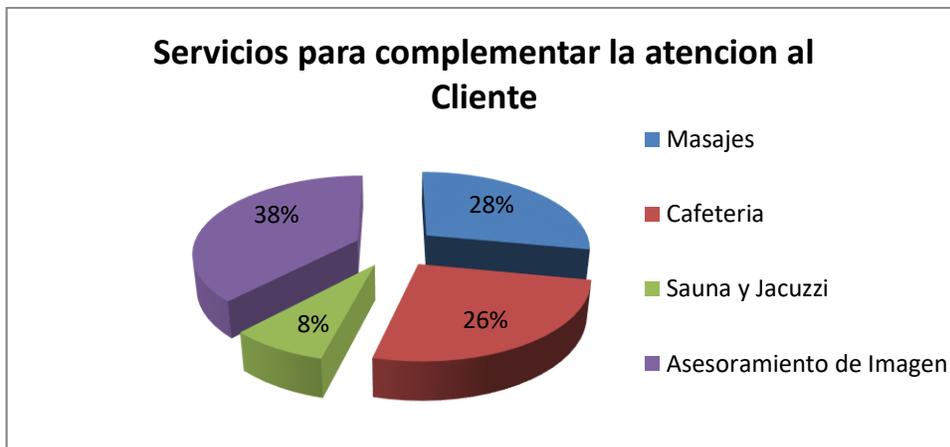
37 personas que corresponde al 74% solo buscan un servicio, mientras que 9 que representan el 18% busca obtener dos servicios y 4 personas que representan el 8% buscan más de 3 servicios.

GRÁFICA 6 TIPO DE SERVICIOS REQUERIDOS.



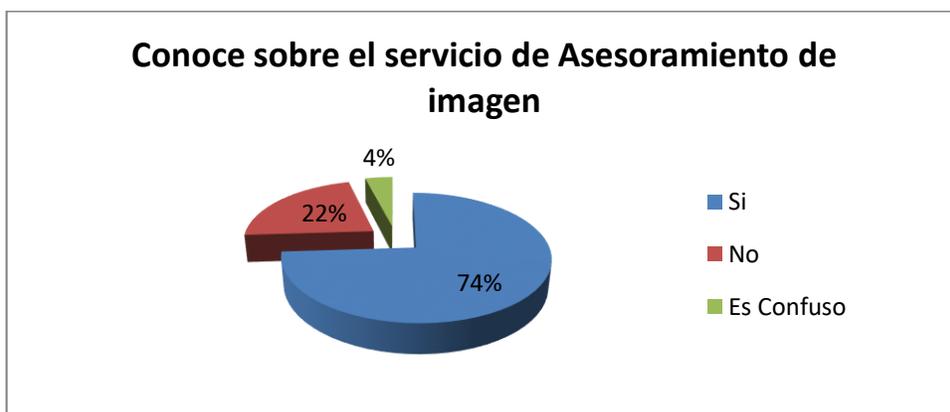
El corte de cabello es el servicio más buscado con el 40%, Afeitado y tratamiento capilar lo siguen con un 15% cada uno y el perfilado, asesoria de imagen, y servicio a domicilio con 10%.

GRÁFICA 7 TIPO DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE INTERES.



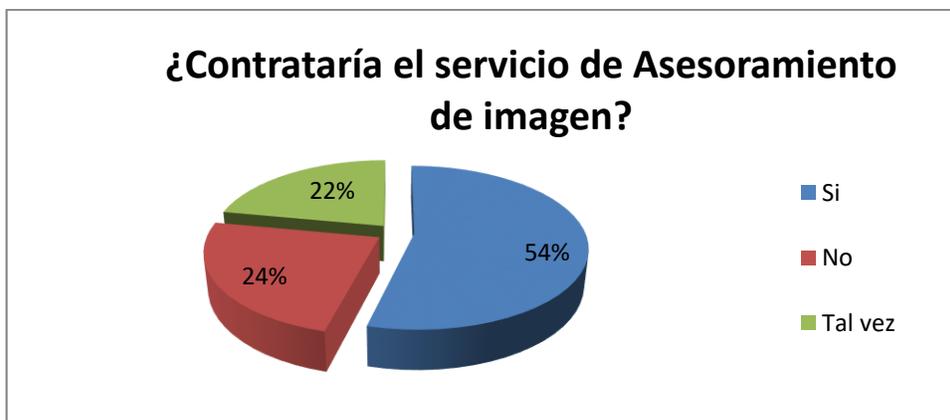
Dentro de las sugerencias dadas por lo clientes se encuentra el servicio de Asesoramiento de imagen un 38%, seguido por dar el servicio de masajes con un 28%, el implementar instalaciones de cafetería con un 26% y Sauna y Jacuzzi con un 8%.

GRÁFICA 8 CONOCER SOBRE EL SERVICIO DE ASESORIA DE IMAGEN MASCULINA.



Al consultar sobre el conocimiento de las personas en relación al servicio de asesoramiento de imagen, el 74% responde que si sabe de qué trata, mientras que el 22% no tiene mayor conocimiento y un 4% no entendió la pregunta o le es confusa.

GRÁFICA 9 CONTRATARIA EL SERVICIO DE ASESORIA DE IMAGEN MASCULINA.



El 34% de los encuestados responde afirmativamente a la pregunta si ellos contratarían el servicio de asesoramiento de imagen, mientras que el 24% dice no hacerlo y un 22 tal vez lo contraten.

5.3. Valor diferencial del producto.

5.3.1. Calidad

La calidad es la piedra angular que distingue a LUXBAR de otros establecimientos. Nuestro compromiso no solo es proporcionar cortes de cabello y tratamientos de barba de lujo, sino también asegurar que cada detalle de la experiencia del cliente sea de excelencia. Utilizamos productos de alta gama, cuidadosamente seleccionados, que garantizan resultados duraderos y que respetan la salud del cabello, la piel y la barba. La elección de la mejor materia prima no es solo una opción, sino una prioridad, ya que entendemos que la calidad del producto impacta directamente en la satisfacción y confianza de nuestros clientes.

Además, en LUXBAR, el servicio profesional y humano es un componente esencial de nuestra propuesta. Creemos que un espacio de barbería de alta gama debe ofrecer más que solo un corte; debe crear un ambiente de confort, descanso y relajación. Desde la bienvenida hasta la finalización del servicio, cada cliente debe sentirse atendido, relajado y seguro de que está recibiendo una atención excepcional y personalizada.

El cambio de imagen es un proceso que muchas veces genera inquietud, ya que involucra la transformación de la identidad visual de una persona. En LUXBAR, entendemos

que este proceso está lleno de expectativas y, por ello, trabajamos con un enfoque integral que combina la técnica y el arte, asegurando que los resultados finales no solo cumplan, sino que superen las expectativas. Desde el momento en que el cliente entra, nos aseguramos de que su visión sea escuchada y de que nuestros profesionales le ofrezcan la mejor asesoría basada en años de experiencia y en las últimas tendencias de estilo.

Nuestros procesos de corte, cuidado y asesoramiento en imagen no son simplemente transacciones, sino experiencias basadas en el principio de Alta Calidad. Cada decisión, cada sugerencia y cada paso están orientados a que el cliente se sienta seguro, confiado y satisfecho con el resultado final. En LUXBAR, no solo ofrecemos un cambio de apariencia, sino una experiencia transformadora que refuerza la autoestima y proyecta lo mejor de cada cliente.

5.3.2. Precio

Al igual que en muchos productos y servicios de alta gama, el precio de los servicios en LUXBAR se ve influenciado por varios factores. Entre estos destacan el costo de la materia prima, como los productos de alta calidad que utilizamos para el cuidado del cabello y la barba, el transporte de dichos productos, los servicios básicos necesarios para mantener un ambiente de lujo, el alquiler del local en una ubicación estratégica y los salarios de nuestro personal altamente capacitado.

El precio final que ofrecemos a nuestros clientes refleja no solo estos costos, sino también un índice de ganancia que se ajusta a las políticas de LUXBAR, siempre buscando mantener un equilibrio entre la rentabilidad y la satisfacción del cliente. Nuestras políticas de precios están diseñadas para ser flexibles y competitivas, permitiéndonos abrir una brecha en el mercado actual y ofrecer una propuesta de valor que combine calidad y accesibilidad económica.

A diferencia de muchos competidores que sacrifican calidad para reducir precios, en LUXBAR nos enfocamos en mantener nuestros estándares elevados sin perder de vista la importancia de ser accesibles a un mayor número de clientes. Esto significa que no solo competimos en términos de la excelencia en nuestros servicios, sino también en términos de

accesibilidad, ofreciendo un rango de precios que permite a nuestros clientes disfrutar de una experiencia premium sin comprometer su presupuesto.

La flexibilidad en nuestras tarifas nos permite adaptarnos a las diferentes necesidades de nuestros clientes, ofreciendo promociones en fechas clave, paquetes especiales y servicios personalizados que aseguran que cada cliente sienta que está obteniendo un valor superior por el precio pagado. Además, nuestras políticas están alineadas con el objetivo de hacer de LUXBAR no solo un referente en calidad de servicios, sino también en accesibilidad y competitividad dentro del mercado de barbería y asesoría de imagen masculina de lujo.

5.3.3. Innovación

La búsqueda constante de nuevas formas de comercio y el desarrollo de valores agregados a los servicios son fundamentales para la visión de LUXBAR. Nuestro objetivo es crear un espacio integral donde el cliente pueda satisfacer una variedad de necesidades, todo en un solo lugar. Además de ofrecer servicios de barbería de alta gama, LUXBAR también se proyecta como un líder en el asesoramiento de imagen corporativa, lo cual abre nuevas y emocionantes oportunidades de negocio.

La combinación de la barbería con la asesoría en imagen permite a LUXBAR diferenciarse y ofrecer a sus clientes un valor añadido que va más allá del corte de cabello o el cuidado de la barba. Estamos comprometidos en ayudar a las empresas y a sus colaboradores a proyectar la imagen adecuada, alineando su apariencia con los objetivos corporativos y contribuyendo a un entorno profesional más coherente y presentable.

A corto plazo, LUXBAR planea expandir su oferta, complementando sus servicios con la inducción y formación en atención al cliente, enfocada en la importancia de la imagen personal y profesional. Ofreceremos cursos especializados en etiqueta y comportamiento, diseñados tanto para individuos como para empresas que deseen mejorar la presentación y el comportamiento de su personal en entornos laborales y sociales.

Estos nuevos servicios posicionarán a LUXBAR no solo como un referente en barbería de lujo, sino también como un centro integral de desarrollo de imagen y comportamiento profesional. Esto permitirá a nuestros clientes cubrir todas sus necesidades en un solo lugar, asegurando que tanto su imagen personal como la de su empresa estén alineadas con los más altos estándares de calidad y profesionalismo.

5.4. Descripción del mercado y la competencia

5.4.1. Mercado

A diferencia de épocas pasadas, el cuidado de la imagen personal ha ganado aceptación en el mercado y entre los diferentes actores que lo componen. Lo que en un principio estaba casi exclusivamente dirigido a mujeres entre los 14 y 45 años ha roto esquemas, expandiéndose para incluir también a niños y niñas desde 1 año, hasta hombres y mujeres de todas las edades que buscan proyectar una buena imagen y un estilo sofisticado.

Aunque la moda tiende a influenciar gran parte del mercado, el buen vestir es un aspecto del que pocas personas escapan. En muchos casos, el principal limitante para acceder a estos servicios es el recurso económico. Sin embargo, en LUXBAR se busca ser incluyente y enriquecer la oferta de servicios, generando oportunidades y alcanzando a todo tipo de personas, desde quienes buscan un estilo juvenil y libre hasta aquellos que necesitan una presentación formal para eventos especiales.

En el departamento, existen varias actividades que generan la demanda necesaria para los servicios de asesoramiento y cuidado personal que ofrece LUXBAR. No solo nos enfocamos en el cuidado de uñas, cabello y barba, sino también en ofrecer opciones de estilo para ocasiones especiales. Esta ampliación de servicios permite que la empresa se establezca como pionera en su campo, cubriendo todas las necesidades estéticas de sus clientes.

El mercado de micro y pequeñas empresas es un nicho dormido para los servicios de asesoramiento de imagen. Muchas de estas empresas carecen de una imagen adecuada o utilizan estrategias poco prácticas que no maximizan su potencial. Con un asesoramiento adecuado, estas empresas podrían proyectar una imagen más profesional y coherente. LUXBAR ve en este segmento una gran oportunidad para potenciar sus servicios, ofreciendo un valor añadido a las empresas que buscan destacarse a través de una imagen bien diseñada y acorde a su visión corporativa.

5.4.2. Mercado meta

El mercado objetivo de LUXBAR se divide en cinco segmentos principales:

- Personas de todos los géneros y edades.
- Representantes y/o concursantes de belleza.
- Personas con actividades sociales y religiosas: bodas, quince años, graduaciones, cumpleaños, conferencias.
- Imagen corporativa.
- Presentadores de actividades, noticieros, etc..

Personas de todos los géneros y edades:

En este segmento de mercado, LUXBAR ofrecerá servicios como cortes de cabello, depilaciones, cuidado de uñas, maquillaje y otros tratamientos relacionados con el cuidado personal. Este es el mercado meta con mayor número de clientes proyectados. La atención se brindará mayoritariamente en el local establecido, generando espacios de atención personalizada que aseguren un servicio de alta calidad, que sea la carta de presentación de la empresa y que fidelice a los clientes.

Demanda

Según una encuesta realizada, los rangos de edad con mayor demanda de servicios se encuentran entre los 18 y 23 años, y entre los 24 y 30 años. La mayoría de los clientes visita

un salón de belleza al menos una vez al mes. La demanda no difiere en términos de género, aunque el público femenino sigue representando una parte importante del mercado.

Oferta:

En los municipios de San Pedro y San Marcos, existen aproximadamente 29 salones de belleza y 18 peluquerías en los cascos urbanos. Esto genera largas colas de espera en estos centros de atención, lo que representa una oportunidad para LUXBAR de posicionarse como una alternativa de servicio rápido y de calidad.

a) representantes y/o concursantes de belleza:

El objetivo de LUXBAR es proporcionar servicios en eventos sociales como concursos y presentaciones de belleza. Las ferias municipales, la elección departamental y los concursos escolares ofrecen oportunidades de ingreso y representan un mercado potencial. LUXBAR también se enfocará en ofrecer asesoramiento de imagen durante eventos importantes como fiestas patrias y actividades sociales de fin de año.

El servicio de asesoramiento de imagen incluye maquillaje, peinado, vestuario y accesorios para diversas ocasiones, cubriendo necesidades desde galas hasta presentaciones culturales y deportivas. LUXBAR también ofrecerá vestuario para sesiones fotográficas y eventos especiales.

Los meses de febrero, abril, junio y septiembre ofrecen las mejores oportunidades para prestar este tipo de servicios, ya que durante estos meses se celebran elecciones de reinas municipales, departamentales y de independencia. Además, establecimientos educativos celebran aniversarios, lo que genera un mercado adicional. Instituciones gubernamentales como INTECAP y la Zona Militar No. 18 en la cabecera de San Marcos también demandan estos servicios para sus actividades.

b) personas con actividades sociales y religiosas, bodas, quince años, graduaciones, cumpleaños, conferencias:

Este segmento demanda un servicio que asegure una imagen impactante para momentos memorables. LUXBAR ofrecerá cortes de cabello, cambios de imagen y asesoría en la

elección de vestuario, adaptando los estilos a las características del evento, tales como bodas y quince años, donde la singularidad y elegancia son esenciales.

c) imagen corporativa:

Con el número de micro y pequeñas empresas, este viene a ser un mercado inexplorado y un servicio no ofrecido actualmente en este sector geográfico por empresas locales, la imagen corporativa busca el detallar y confeccionar vestimenta adecuada que transmita el sentir de la empresa, que proyecte su especialización sin perder comodidad y siendo la adecuada para el tipo de servicio o producto que provea. La imagen corporativa es algo que viene en alza siendo aspectos descuidados que se han retomado para que complementen aspectos de mercadeo y presentación.

d) Presentadores de actividades, noticieros, etc.

El mercado de micro y pequeñas empresas es un nicho sin explotar en términos de asesoramiento de imagen. Actualmente, en este sector geográfico no existen servicios locales que se dediquen a detallar y confeccionar vestimenta adecuada para proyectar la visión corporativa de una empresa. LUXBAR aprovechará esta oportunidad para ofrecer soluciones que permitan a las empresas transmitir profesionalismo y especialización, sin sacrificar comodidad, adaptando la vestimenta al tipo de servicio o producto que ofrecen.

5.5. Tamaño del mercado y crecimiento

5.5.1. Mercado local y regional

Según los resultados demográficos del año 2025, la cabecera municipal de San Marcos cuenta con una población de 48,913 habitantes, de los cuales el 52.4% son hombres y el 47.6% son mujeres. Por otro lado, el municipio de San Pedro Sacatepéquez presenta una población estimada de 67,075 personas, con una proporción de 55.34% de mujeres (37,117) y 44.66% de hombres (29,958).

5.6. Competencia

5.6.1. Competencia local y regional

Actualmente, en los municipios de San Marcos y San Pedro Sacatepéquez, existen alrededor de 47 centros formales que ofrecen algún tipo de servicio relacionado con el área de belleza y cuidado de imagen dentro de los cascos urbanos. La mayoría de estos centros son pequeñas empresas que brindan servicios básicos y cuyos propietarios tienen conocimientos obtenidos a través de talleres o programas técnicos en belleza.

5.6.2. Rivalidad entre competidores

La rivalidad en el mercado es evidente. La competencia desleal genera conflictos en algunos casos, y el desprendimiento de empleados que inician sus propios negocios también crea tensiones entre los actores del mercado. Factores como precio, calidad del servicio, variedad y capacidad de atención distinguen a unos salones de otros. Además, el acceso a nuevas tecnologías, la actualización constante y el aprendizaje de nuevas técnicas y tendencias en moda son claves para que los salones puedan destacarse y alcanzar el éxito.

5.6.3. Amenazas entre los nuevos competidores

Los programas de capacitación y carreras técnicas ofrecidos por instituciones como INTECAP y colegios privados son fuentes de nuevas personas con deseos de emprender en el sector de belleza. Sin embargo, la falta de capital inicial limita el crecimiento de estos emprendimientos, por lo que no representan una amenaza significativa a corto plazo. Para LUXBAR, mantener los estándares de calidad en lo más alto y ofrecer servicios innovadores garantizará su posición como un referente en el municipio. Aunque otros salones puedan replicar la idea de asesoramiento de imagen, la confianza y satisfacción del cliente, junto con la accesibilidad, serán claves para mantener una relación comercial sólida; cada año, se estima que 225 personas se gradúan con capacidades técnicas, pero la falta de financiamiento adecuado limita su capacidad de representar una amenaza real.

5.6.4. Productos sustitutos

Existen diversos productos y servicios sustitutos dentro del área de belleza y cuidado de imagen. Estos incluyen servicios informales ofrecidos por familiares y amigos, la aplicación de tratamientos de bajo costo provenientes de productos de contrabando, así como tutoriales

en línea y videos informativos. Estos elementos representan una competencia indirecta para los salones establecidos.

5.6.5. El poder de la negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes se considera medio, ya que su influencia proviene principalmente de la comparación con otros salones, sin impactar directamente en los precios. LUXBAR establecerá políticas de precios que garanticen cubrir costos y competir eficazmente, con la calidad del servicio como el principal pilar que justifique el valor del mismo.

5.6.6. El poder de negociación de los proveedores

La adquisición en grandes cantidades permite a LUXBAR obtener cierta flexibilidad en los precios de los productos. Aunque los proveedores suelen establecer precios fijos, estos pueden verse influenciados por el volumen de compra y la frecuencia de las adquisiciones, lo que permite a LUXBAR negociar mejores condiciones.

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

6.1. Organización administrativa

La administración de LUXBAR quedará a cargo de Jenner Efraín Orozco Villatoro, quien será el encargado de gestionar las operaciones. La empresa se establecerá con capital propio y un préstamo bancario, y se inscribirá bajo el Régimen Sobre las Utilidades de Actividades Lucrativas.

DIAGRAMA NO. 2 ORGANIGRAMA DE DIRECCIÓN Y COMUNICACIÓN: SALÓN DE BELLEZA Y ASESORAMIENTO DE IMAGEN “GLAMUR”.



6.1.1. Organización administrativa

Descripción de puestos:

TABLA 5 PERFIL, FUNCIONES, ATRIBUCIONES, COMUNICACIÓN DEL PUESTO LABORAL DE ADMINISTRADORA

Nombre del puesto: Administrador
Perfil:
Mujer u hombre de 25 a 35 años
Estudios en Administración de Empresas, Graduado/a o Pensum Cerrado
Estudios en Cosmetología, o Bachiller en belleza (preferiblemente)
Proactiva/o, Honrada/o, con disponibilidad de horario
Alto nivel de negociación

Mínimo 2 años experiencia en el área de belleza
Idiomas: Español e ingles (preferiblemente)
Cambio de Residencia: NO
Disponibilidad de viajar: SI
Funciones
a) Dirigir todas las actividades administrativas y financieras de la empresa
b) Contratación y control de personal
c) Elaboración de presupuestos y control de inventarios.
d) Primero contacto con clientes de interés
e) Manejo de caja y cuentas de banco.
f) Gestión de compras
g) Control de ventas
h) Supervisión de personal.
i) Revisión periódica de mobiliario y equipo
j) Gestor de capacitación y adaptación de modas.
k) Contacto directo con Proveedores
l) Visita de Clientes potenciales.
m) Control de cuentas.
n) Contratación de outsorsing y capacitadores.
o) Pago de impuestos
p) Elaboración de informes para su evaluación.
q) Manejo de conflictos internos y externos.
r) Atención de quejas y sugerencias.
Atribuciones
a) Contratación de personal
b) Asignación de Horarios de trabajo.
c) Compras de producto y equipo.
d) Negociación con proveedores.
e) Retiro de efectivo, extender cheques.
f) Contratación de publicidad, local y servicios.

g) Asignación de tareas a el resto del personal.
h) llamadas de atención verbal y escrita.
Comunicación
a) Personal
aa) Asesora de Imagen y Belleza
ab) Estilistas
ac) Personal de Limpieza
b) Clientes
c) Proveedores.

TABLA 6 PERFIL, FUNCIONES, ATRIBUCIONES, COMUNICACIÓN DEL PUESTO LABORAL ASESOR/A DE IMAGEN.

NOMBRE DEL PUESTO: Asesor/a de Imagen
PERFIL:
Hombre o Mujer de 22 a 35 años
Estudios en Cosmetología, modas, o tendencias de vestuario.
Cursos que acrediten conocimiento en el área de modas
Con altos niveles de valores.
Mínimo 3 años de experiencia en puestos similares
Idiomas: Español
Cambio de Residencia: NO
Disponibilidad de viajar: SI
Funciones
a) Asesorar diseños, estilos y colores en relación vestuario y accesorios
b) Elaboración de catálogos trajes, prendas, accesorios y demás requeridos en el área
c) Soporte a los Sastres y modistas en relación a la elaboración de alguno de los servicios.
d) Control de los productos utilizados, registrar ingresos y egresos de los mismos.
e) Control del personal a cargo.
f) Acompañamiento a los sastres y modistas en actividades de belleza y actividades sociales donde se requiera prestar el servicio fuera del local.

g) Visita a clientes potenciales.
h) Seguimiento a clientes.
Atribuciones
a) Definir tratamientos a clientes para que los realicen los estilistas
b) compras menores a Q 500.00
c) Designar tareas a Estilistas
d) Designar tareas al personal de limpieza
Comunicación
a) Asesora de belleza
b) Estilistas
c) Personal de Limpieza
d) Clientes
e) Proveedores.
Reporta a:
a) Administradora

TABLA 7 PERFIL, FUNCIONES, ATRIBUCIONES, COMUNICACIÓN DEL PUESTO BARBERO EN JEFE

NOMBRE DEL PUESTO: Barbero en Jefe
PERFIL:
Hombre o Mujer de 22 a 35 años
Estudios en Cosmetología, bachiller en belleza.
Cursos que acrediten conocimiento en el área de belleza
Con altos niveles de valores.
Mínimo 3 años de experiencia en puestos similares
Idiomas: Español
Cambio de Residencia: NO
Disponibilidad de viajar: SI
Funciones
a) Asesorar diseños, estilos y colores en relación a maquillaje y tintes de cabello.

b) Elaboración de catálogos sobre peinados, maquillajes, tratamientos de uñas, depilaciones, tintes.
c) Soporte a los estilistas en relación a la elaboración de alguno de los servicios.
d) Control de los productos utilizados, registrar ingresos y egresos de los mismos.
e) Control del personal a cargo.
f) Acompañamiento a los estilistas en actividades de belleza y actividades sociales donde se requiera prestar el servicio fuera del local.
g) Visita a clientes potenciales.
h) Seguimiento a clientes.
Atribuciones
a) Definir tratamientos a clientes para que los realicen los estilistas
b) compras menores a Q 500.00
c) Designar tareas a los estilistas
d) Designar tareas a personal de limpieza
Comunicación
a) Asesora de Imagen
b) Estilistas
c) Personal de Limpieza
d) Clientes
e) Proveedores.
Reporta a:
a) Administradora

TABLA 8 PERFIL, FUNCIONES, ATRIBUCIONES, COMUNICACIÓN DEL PUESTO LABORAL ESTILISTA

NOMBRE DEL PUESTO: Estilista
PERFIL:
Hombre o Mujer de 18 a 35 años
Bachiller en belleza, o estudiante de cosmetología,
Cursos que acrediten conocimiento en el área.

Con altos niveles de valores
mínimo 2 años de experiencia en puestos similares
Idiomas: Español
Cambio de Residencia: NO
Disponibilidad de viajar: SI
Funciones
a) Elaboración de peinados según asesoramiento o bien gusto del cliente.
b) Aplicación de maquillaje.
c) Tratamiento de uñas.
d) Tratamiento de depilación
e) Aplicación de tratamientos de cabello.
f) Cortes de cabello
g) Cuidado de mobiliario y equipo asignado
Atribuciones
a) Compras menores a Q 200.00
b) Designar Tareas al personal de limpieza
Comunicación
a) Personal de Limpieza
b) Clientes
Reporta a:
a) Administradora
b) Asesora de Belleza
c) Asesora de Imagen

7. PLAN DE MARKETING

7.1. Definición de Objetivos de Marketing

- Incrementar la base de clientes recurrentes en un 25% en el primer año.

- Posicionar a LUXBAR como la barbería de lujo líder en San Pedro Sacatepéquez y San Marcos.
- Promover el servicio de asesoramiento en imagen como un valor añadido diferenciador.

7.2. Segmentación y Mercado Meta

- **Segmentos Primarios:**
 - Hombres de 25 a 45 años con alto interés en la imagen personal.
 - Profesionales que buscan proyectar confianza en ambientes laborales.
- **Segmentos Secundarios:**
 - Empresas que requieren asesoramiento corporativo en imagen.
 - Estudiantes y jóvenes adultos interesados en las últimas tendencias.

7.3. Propuesta de Valor

- Una experiencia integral que combina cuidado personal, asesoramiento de imagen y exclusividad.
- Uso de productos premium y técnicas innovadoras.
- Servicios personalizados tanto en el salón como a domicilio.

7.4. Estrategias de Promoción

- **Marketing Digital:**
 - Publicidad dirigida en plataformas como Facebook e Instagram para destacar los servicios premium.
 - Creación de contenido educativo en redes sociales, como consejos de estilo y cuidado personal.
 - Implementación de campañas estacionales (p. ej., promociones para bodas, eventos de fin de año).

- **Marketing Tradicional:**

- Flyers y banners en zonas comerciales de alta afluencia.
- Publicidad en radios locales dirigidas al público masculino.
- **Relaciones Públicas:**
 - Alianzas con eventos locales como certámenes de belleza o actividades empresariales.
 - Patrocinio de actividades deportivas o culturales en la región.

7.5. Fidelización del Cliente

- Introducción de membresías VIP que incluyan beneficios exclusivos como descuentos y servicios gratuitos.
- Programas de referidos: incentivos para clientes que recomienden a nuevos usuarios.
- Encuestas regulares para medir la satisfacción y mejorar continuamente la experiencia.

7.6. Estrategia de Precios

- Mantenimiento de una estructura de precios acorde a los estándares de lujo, destacando el valor agregado de cada servicio.
- Ofrecer paquetes promocionales que combinen servicios complementarios.

7.7. Expansión de la Oferta

- Desarrollar servicios específicos para el segmento corporativo, como talleres de imagen personal.
- Incorporación de nuevos servicios en base a tendencias emergentes (p. ej., tratamientos antienvjecimiento).

7.8. Medición y Ajuste

- Uso de indicadores clave (KPI) como:
 - Crecimiento en el número de clientes.

- Incremento en ingresos mensuales por segmento.
- Tasa de repetición de clientes.
- Revisiones trimestrales para ajustar las estrategias según el desempeño.

8. PLAN DE PRODUCCIÓN

El objetivo del ciclo de producción en LUXBAR es determinar un proceso claramente estructurado que garantice la eficiencia en el uso de los recursos y la factibilidad técnica del negocio. A continuación, se presenta una interpretación detallada del proceso de producción, considerando los distintos servicios y segmentos que componen la oferta de LUXBAR.

TABLA 9 ABREVIACIONES UTILIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA.

Código	Descripción
Local	Servicios que se prestarán dentro de las instalaciones del local de LUXBAR .
Visitas	Servicios que se prestarán a domicilio, abarcando cortes de cabello, mantenimiento de barba, asesoramiento de imagen y más.
CB	Certámenes de Belleza , incluye asesoramiento y preparación de imagen para concursantes en eventos municipales, departamentales y escolares.
AIP	Asesoramiento de Imagen Personal , incluye asesoría en estilo, vestuario, y cuidado personal.
AIC	Asesoramiento de Imagen Corporativa , enfocándose en la presentación personal de los colaboradores de las empresas, alineado con la visión corporativa.
ES	Eventos Sociales, Culturales, Religiosos, Académicos , tales como bodas, quince años, graduaciones, conferencias y celebraciones religiosas.

Código	Descripción
Ventas	Ingreso por ventas de productos de belleza , como aceites, bálsamos, tratamientos capilares y productos de mantenimiento de barba.

Servicios en el Salón y Asesoramiento de Imagen Personal (AIP)

Se espera que la demanda de servicios dentro del salón de belleza y el área de asesoramiento de imagen personal sea mayor en los siguientes meses:

Marzo, Abril, Mayo, Junio, Septiembre, Noviembre y Diciembre: Durante estos meses, se prevé un aumento en la demanda debido a la celebración de eventos como bodas, graduaciones, fiestas de fin de año y festividades escolares, donde los clientes buscan servicios de cuidado personal y cambios de imagen.

Certámenes de Belleza (CB)

El asesoramiento y preparación de imagen para certámenes de belleza también representa un ingreso importante para LUXBAR. Se estima que en los siguientes meses la demanda será mayor:

Febrero, Marzo, Abril, Junio, Septiembre y Diciembre: Estos meses coinciden con ferias municipales, certámenes escolares y otros eventos sociales en los que la imagen es crucial para los participantes.

Asesoramiento de Imagen Corporativa (AIC)

El Asesoramiento de Imagen Corporativa será un servicio estable durante todo el año, brindando asesoría en vestuario y estilo para empleados de empresas que desean proyectar una imagen profesional coherente con su marca.

8.1. Proyección de producción

TABLA 10 PLAN DE PRODUCCIÓN DE ENERO A JUNIO AÑO 1.

Año 1						
Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Local	Q24,700.89	Q42,839.29	Q24,700.89	Q42,839.29	Q42,839.29	Q42,839.29
Visitas	Q11,714.29	Q20,535.71	Q11,714.29	Q20,535.71	Q20,535.71	Q20,535.71

C B	Q736.61	Q2,209.82	Q736.61	Q2,209.82	Q2,209.82	Q2,209.82
A I P	Q892.86	Q1,785.71	Q892.86	Q1,785.71	Q1,785.71	Q1,785.71
A I C	Q446.43	Q892.86	Q446.43	Q892.86	Q892.86	Q892.86
E S	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43
VENTAS	Q15,142.40	Q22,687.32	Q15,142.40	Q22,687.32	Q22,687.32	Q22,687.32
TOTAL	Q55,329.90	Q92,647.14	Q55,329.90	Q92,647.14	Q92,647.14	Q92,647.14

TABLA 11 PLAN DE PRODUCCIÓN DE JULIO A DICIEMBRE AÑO 1.

Año 1						
Ingresos	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Local	Q24,700.89	Q24,700.89	Q42,839.29	Q24,700.89	Q42,839.29	Q42,839.29
Visitas	Q11,714.29	Q11,714.29	Q20,535.71	Q11,714.29	Q20,535.71	Q20,535.71
C B	Q736.61	Q736.61	Q2,209.82	Q736.61	Q2,209.82	Q2,209.82
A I P	Q892.86	Q892.86	Q1,785.71	Q892.86	Q1,785.71	Q1,785.71
A I C	Q446.43	Q446.43	Q892.86	Q446.43	Q892.86	Q892.86
E S	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43	Q1,696.43
VENTAS	Q15,142.40	Q15,142.40	Q22,687.32	Q15,142.40	Q22,687.32	Q22,687.32
TOTAL	Q55,329.90	Q55,329.90	Q92,647.14	Q55,329.90	Q92,647.14	Q92,647.14

TABLA 12 VENTAS Y MARGEN DE GANANCIA EN TEMPORADA ALTA (MESES: FEBRERO, ABRIL, MAYO, JUNIO, SEPTIEMBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE).

TEMPORADA ALTA						
Producto	Costo	Precio Venta	Cantidad Mensual	Costo Total	Ingreso Total	Ganancia
Acetona	Q35.00	Q45.50	10	Q350.00	Q455.00	Q105.00
Acondicionador (variedad, según cabello)	Q195.00	Q253.50	5	Q975.00	Q1,267.50	Q292.50
Acondicionador Rousdiglo cabello natural	Q100.00	Q130.00	5	Q500.00	Q650.00	Q150.00

Acondicionador Rousdiglo Cabello Teñido	Q200.00	Q260.00	5	Q1,000.00	Q1,300.00	Q300.00
Ampollas	Q50.00	Q65.00	12	Q600.00	Q780.00	Q180.00
Cera de depilar	Q195.00	Q253.50	6	Q1,170.00	Q1,521.00	Q351.00
Keratin Creme	Q350.00	Q455.00	5	Q1,750.00	Q2,275.00	Q525.00
Maquillaje Factor	Q250.00	Q325.00	5	Q1,250.00	Q1,625.00	Q375.00
Peroxido Affinage	Q97.00	Q126.10	4	Q388.00	Q504.40	Q116.40
Pestañas Label	Q40.00	Q52.00	12	Q480.00	Q624.00	Q144.00
Espuma para barba	Q94.00	Q122.20	12	Q1,128.00	Q1,466.40	Q338.40
Proteina Hand Mask	Q300.00	Q390.00	6	Q1,800.00	Q2,340.00	Q540.00
Shampoo Chamomile	Q187.00	Q243.10	4	Q748.00	Q972.40	Q224.40
Shampoo Chihtsais	Q135.00	Q175.50	4	Q540.00	Q702.00	Q162.00
Shampoo liropex	Q100.00	Q130.00	4	Q400.00	Q520.00	Q120.00
Shampoo Rousdiglo color natural	Q100.00	Q130.00	5	Q500.00	Q650.00	Q150.00
Shampoo Rousdiglo Pelo teñido	Q200.00	Q260.00	6	Q1,200.00	Q1,560.00	Q360.00
Spray Hold	Q150.00	Q195.00	12	Q1,800.00	Q2,340.00	Q540.00
Tintes Infiniti	Q75.00	Q97.50	6	Q450.00	Q585.00	Q135.00
Tintes Revlonisivo	Q75.00	Q97.50	6	Q450.00	Q585.00	Q135.00
Nabajas de afeitarse	Q66.00	Q85.80	12	Q792.00	Q1,029.60	Q237.60
TOTALES				Q19,546.00	Q25,409.80	Q5,863.80

TABLA 13 VENTAS Y MARGEN DE GANANCIA EN TEMPORADA BAJA (MESES:

ENERO, MARZO, JULIO, AGOSTO, OCTUBRE.

TEMPORADA BAJA						
Producto	Costo	Consumidor final	Cantidad Mensual	Costo Total	Ingreso Total	Ganancia
Acetona	Q35.00	Q45.50	5	Q175.00	Q227.50	Q52.50

Acondicionador (variedad, según cabello)	Q195.00	Q253.50	3	Q585.00	Q760.50	Q175.50
Acondicionador Rousdiglo cabello natural	Q100.00	Q130.00	3	Q300.00	Q390.00	Q90.00
Acondicionador Rousdiglo Cabello Teñido	Q200.00	Q260.00	3	Q600.00	Q780.00	Q180.00
Ampollas	Q50.00	Q65.00	8	Q400.00	Q520.00	Q120.00
Cera de depilar	Q195.00	Q253.50	3	Q585.00	Q760.50	Q175.50
Keratin Creme	Q255.00	Q331.50	3	Q765.00	Q994.50	Q229.50
Maquillaje Factor	Q350.00	Q455.00	3	Q1,050.00	Q1,365.00	Q315.00
Peroxido Affinage	Q250.00	Q325.00	3	Q750.00	Q975.00	Q225.00
Pestañas Label	Q97.00	Q126.10	2	Q194.00	Q252.20	Q58.20
Espuma para barba	Q40.00	Q52.00	8	Q320.00	Q416.00	Q96.00
Proteina Hand Mask	Q94.00	Q122.20	8	Q752.00	Q977.60	Q225.60
Shampoo Chamomile	Q300.00	Q390.00	3	Q900.00	Q1,170.00	Q270.00
Shampoo Chihtsais	Q187.00	Q243.10	2	Q374.00	Q486.20	Q112.20
Shampoo liropex	Q135.00	Q175.50	2	Q270.00	Q351.00	Q81.00
Shampoo Rousdiglo color natural	Q100.00	Q130.00	2	Q200.00	Q260.00	Q60.00
Shampoo Rousdiglo Pelo teñido	Q100.00	Q130.00	3	Q300.00	Q390.00	Q90.00
Spray Hold	Q200.00	Q260.00	4	Q800.00	Q1,040.00	Q240.00
Tintes Infiniti	Q150.00	Q195.00	8	Q1,200.00	Q1,560.00	Q360.00
Tintes Revlonisivo	Q75.00	Q97.50	4	Q300.00	Q390.00	Q90.00
Nabajas de afeitar	Q75.00	Q97.50	4	Q300.00	Q390.00	Q90.00
TOTALES				Q 11,648.00	Q 15,142.40	Q 3,494.40

8.2. Tecnología y equipamiento.

TABLA 14 TECNOLOGIA Y EQUIPO. ,

EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Tijeras Profesionales	2	Q1,300.00	Q2,600.00
Tijeras Prof. Left	2	Q1,700.00	Q3,400.00

Tijeras Prof Righth	2	Q2,500.00	Q5,000.00
Tijeras Individual	1	Q850.00	Q850.00
Secadoras	3	Q1,800.00	Q5,400.00
Planchas	3	Q1,500.00	Q4,500.00
Lava Cabezas	3	Q1,500.00	Q4,500.00
Televisión	1	Q3,500.00	Q3,500.00
Teatro en casa	1	Q2,300.00	Q2,300.00
Total			Q32,050.00

TABLA 15 DESCRIPCIÓN EQUIPO DE COMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora Portátil	1	Q 5,400.00	Q 5,400.00
Impresora de Facturación Laser	1	Q 3,900.00	Q 3,900.00
Impresora de Inyección	1	Q 450.00	Q 450.00
TOTAL			Q 9,750.00

8.3. Programación

TABLA 16 PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y DE SERVICIOS.

PROGRAMACIÓN			
Actividad	Tiempo	Responsable	Recurso
Apertura y cierre del local	todo el año	Administrador	--
Control y administración de productos, ingresos, egresos.	Todo el año	Administrador	Libros contables, lapicero, computadora, impresora.
Venta de productos	Todo el año	Administrador, barbero en jege estilistas, asesores de imagen.	--
Servicios de belleza	Todo el año	Administrador, barbero en jege estilistas, asesores de imagen.	Materia prima.

Control de agenda y visitas	Todo el año	Administrador, barbero en jefe estilistas, asesores de imagen.	Agenda, calendarios, lapiceros.
Visita a domicilio	Todo el año	Administrador, barbero en jefe estilistas, asesores de imagen.	Materia prima.
Asesoramiento de imagen	Todo el año	Asesores de imagen y moda.	Materia prima.
Asesoramiento de imagen corporativa	Todo el año	Asesor de imagen y moda	Materia prima.
Certámenes de belleza	Todo el año	Administrador, barbero en jefe estilistas, asesores de imagen.	Materia Prima.
Actividades sociales, culturales, religiosas y académicas	Todo el año	Administrador, barbero en jefe estilistas, asesores de imagen.	Materia Prima
Contacto con proveedores y clientes	Todo el año	Administrador, barbero en jefe estilistas, asesores de imagen.	Teléfono, computadora, internet.

9. PLAN FINANCIERO.

9.1. Inversión Inicial y Costos.

TABLA 17 RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL.

RESUMEN DE INVERSION INICIAL			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Equipo	1	Q32,050.00	Q32,050.00
Mobiliario	1	Q44,090.00	Q44,090.00
Accesorios	1	Q9,414.00	Q9,414.00
Remodelación	1	Q11,800.00	Q11,800.00
Equipo de Computo	1	Q9,750.00	Q9,750.00
Inventario de ventas	1	Q19,546.00	Q19,546.00
Gastos de Organización y Constitución	1	Q6,849.90	Q6,849.90
Total			Q133,499.90

TABLA 18 INVERSION INICIAL DE EQUIPO.

EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Tijeras Profesionales	2	Q1,300.00	Q2,600.00
Tijeras Prof. Left	2	Q1,700.00	Q3,400.00
Tijeras Prof Righth	2	Q2,500.00	Q5,000.00
Tijeras Individual	1	Q850.00	Q850.00
Secadoras	3	Q1,800.00	Q5,400.00
Planchas	3	Q1,500.00	Q4,500.00
Lava Cabezas	3	Q1,500.00	Q4,500.00
Televisión	1	Q3,500.00	Q3,500.00
Teatro en casa	1	Q2,300.00	Q2,300.00
Total			Q32,050.00

TABLA 19 INVERSION DE MOVILIARIO

MOBILIARIO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Espejos	3	Q580.00	Q1,740.00
Gabinetes y Tocadores	3	Q3,000.00	Q9,000.00
Bancos de Metal	3	Q1,100.00	Q3,300.00
Sillas	3	Q3,800.00	Q11,400.00
Mueble para Tv	1	Q700.00	Q700.00

Vitrina de vidrio	3	Q900.00	Q2,700.00
Torres	2	Q300.00	Q600.00
Repisas	5	Q250.00	Q1,250.00
Colgadores de ropa	3	Q100.00	Q300.00
Estantes de Ropa	2	Q500.00	Q1,000.00
Estantes de zapatos	3	Q700.00	Q2,100.00
Probador de ropa	2	Q2,500.00	Q5,000.00
Juego de Sala de espera	2	Q2,500.00	Q5,000.00
Total			Q44,090.00

TABLA 20 INVERSION INICIAL DE EQUIPO.

ACCESORIOS			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Muestrarios	3	Q600.00	Q1,800.00
muestrarios de corte	3	Q600.00	Q1,800.00
Toallas (docenas)	8	Q240.00	Q1,920.00
Capas	7	Q150.00	Q1,050.00
Peines Juego de 10	4	Q225.00	Q900.00
Cejillas	18	Q100.00	Q1,800.00
Ganchos Mariposas	8	Q18.00	Q144.00
Total			Q9,414.00

TABLA 21 INVERSIÓN EN REMODELACIÓN.

REMODELACIÓN			
Descripción	Cantidad	Costo	Total
Instalación de Puertas corredizas	1	Q 500.00	Q 500.00
Instalación de división para vestidores	2	Q 750.00	Q 1,500.00
Pintura y mano de obra	1	Q 2,000.00	Q 2,000.00
Instalación Eléctrica.	1	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Instalación de Valla Publicitaria	1	Q 4,800.00	Q 4,800.00
TOTAL			Q 11,800.00

TABLA 22 GASTOS DE PUBLICIDAD.

GASTOS DE PUBLICIDAD					
Mes	DESCRIPCION	No.	Costo Unitario	Total	Total Mensual
Enero	Anuncios de radio	2	Q 450.00	Q 900.00	
	Volantes	1000	Q 0.15	Q 150.00	
	Anuncios de Televisión	2	Q 780.00	Q 1,560.00	
	Vinil 3 * 2	4	Q 225.00	Q 900.00	Q 3,510.00
febrero – marzo	Anuncios de Radio	2	Q 900.00	Q 1,800.00	

	Volantes	1000	Q 0.15	Q 150.00	Q 1,950.00
abril	Participación en Feria	1	Q 200.00	Q 200.00	
	Anuncios en Radio	2	Q 450.00	Q 900.00	
	Anuncios en Tv	2	Q 780.00	Q 1,560.00	
	Volantes	1500	Q 0.15	Q 225.00	
	Vinil 3*2 mts	2	Q 225.00	Q 450.00	Q 3,335.00
mayo	Anuncios en Radio	2	Q 450.00	Q 900.00	
	Anuncios en Tv	2	Q 780.00	Q 1,560.00	
	Volantes	1000	Q 0.15	Q 150.00	
	Vinil 3*2 mts	2	Q 225.00	Q 450.00	Q 3,060.00
Junio	Participación en Feria	1	Q 200.00	Q 200.00	
	Anuncios en Radio	2	Q 450.00	Q 900.00	
	Anuncios en Tv	2	Q 780.00	Q 1,560.00	
	Volantes	1500	Q 0.15	Q 225.00	
	Vinil 3*2 mts	2	Q 225.00	Q 450.00	Q 3,335.00
julio - agosto	Anuncios de Radio	2	Q 900.00	Q 1,800.00	Q 1,800.00
septiembre	Anuncios en Radio	2	Q 450.00	Q 900.00	
	Anuncios en Tv	2	Q 780.00	Q 1,560.00	
	Volantes	500	Q 0.15	Q 75.00	Q 2,535.00
Octubre	Anuncios de Radio	2	Q 450.00	Q 900.00	Q 900.00
noviembre diciembre	Anuncios en Radio	2	Q 900.00	Q 1,800.00	
	Anuncios en Tv	2	Q 1,560.00	Q 3,120.00	
	Volantes	1000	Q 0.15	Q 150.00	
	Vinil 3*2 mts	2	Q 225.00	Q 450.00	Q 5,520.00
TOTAL ANUAL			Q 25,945.00	Q 25,945.00	

TABLA 23 INVERSION INICIAL DE EQUIPO DE COMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora Portátil	1	Q 5,400.00	Q 5,400.00
Impresora de Facturación Laser	1	Q 3,900.00	Q 3,900.00
Impresora de Inyección	1	Q 450.00	Q 450.00
TOTAL			Q 9,750.00

TABLA 24 INVERSION INICIAL DE INVENTARIO DE VENTAS.

INVENTARIO PARA VENTAS		
Inventario de Ventas.	Cantidad Mensual	Costo Total
Acetona	10	Q 350.00
Acondicionador (variedad, según cabello)	5	Q 975.00
Acondicionador Rousdiglo cabello natural	5	Q 500.00
Acondicionador Rousdiglo Cabello Teñido	5	Q 1,000.00
Ampollas	12	Q 600.00
Cera de depilar	6	Q 1,170.00
cremas chihtsai para cabello poroso	5	Q 1,275.00
Keratin Creme	5	Q 1,750.00
Maquillaje Factor	5	Q 1,250.00
Peroxido Affinage	4	Q 388.00
Pestañas Label	12	Q 480.00
Pinta Uñas label	12	Q 1,128.00
Proteína Hand Mask	6	Q 1,800.00
Shampoo Chamomile	4	Q 748.00
Shampoo Chihtsais	4	Q 540.00
Shampoo liropex	4	Q 400.00
Shampoo Rousdiglo color natural	5	Q 500.00
Shampoo Rousdiglo Pelo teñido	6	Q 1,200.00
Spray Hold	12	Q 1,800.00
Tintes Infiniti	6	Q 450.00
Tintes Revlonisivo	6	Q 450.00
Navaja para afeitar	12	Q 792.00
		Q 19,546.00

TABLA 25 GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN.

GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCION			
No.	DESCRIPCION	COSTO Unitario	COSTO TOTAL
4	Compra libros de contabilidad	Q 25.00	Q 100.00
400	habilitación de c/folio en SAT	Q 0.25	Q 100.00
4	Autorización Registro Mercantil c/folio	Q 7.50	Q 30.00
2	Compras y Ventas	Q 20.00	Q 40.00
2	V/ c/folio SAT	Q 25.00	Q 50.00
1	Timbres fiscales	Q 275.00	Q 275.00
6	Impresión de Talonarios de Facturas	Q 75.00	Q 450.00
1	Pago por apertura de negocio por servicios	Q 500.00	Q 500.00
1	INSCRIPCION EN EL IGSS	Q 16.90	Q 16.90
1	INSCRIPCION EN REGISTRO MERCANTIL	Q 4,778.00	Q 4,778.00

1	Formulario de Retrospectiva	Q 205.00	Q 205.00
1	Formulario registro inicial	Q 5.00	Q 5.00
1	solicitud de inscripción	Q 110.00	Q 110.00
1	Resolución de inscripción	Q 50.00	Q 50.00
1	Anotación	Q 90.00	Q 90.00
1	Título de marca	Q 50.00	Q 50.00
	TOTAL		Q 6,849.90

TABLA 26 RESUMEN DE COSTOS INICIALES.

RESUMEN DE COSTOS INICIALES			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Alquiler y servicios básicos	2	Q2,605.00	Q5,210.00
Promoción Inicial	1	Q3,510.00	Q3,510.00
Productos de Limpieza + tren de aseo	1	Q250.00	Q250.00
Servicios varios	1	Q450.00	Q450.00
Inventario de consumo	1	Q18,843.50	Q18,843.50
Total			Q28,263.50

TABLA 27 GASTOS DE ALQUILER Y SERVICIOS BASICOS.

ALQUILER Y SERVICIOS BASICOS			
Descripción	Cantidad	Periodo	Costo
Alquiler de Local Comercial.	1	Mes	Q 1,800.00
Agua	1	Mes	Q100.00
Luz	1	Mes	Q350.00
Internet	1	Mes	Q180.00
Cable	1	Mes	Q75.00
Teléfono	1	Mes	Q100.00
TOTAL			Q 2,605.00

TABLA 28 COSTOS DE PROMOCIÓN INICIAL.

GASTOS DE PUBLICIDAD						
Mes	DESCRIPCION	No.	Costo Unitario	Total	Total Mensual	
Enero	Anuncios de radio	2	Q 450.00	Q 900.00		
	Volantes	1000	Q 0.15	Q 150.00		
	Anuncios de Televisión	2	Q 780.00	Q 1,560.00		
	Vinil 3 * 2	4	Q 225.00	Q 900.00	Q	3,510.00

TABLA 29 COSTOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

PRODUCTOS DE LIMPIEZA	
Descripción	enero
Productos de limpieza	Q150.00
Accesorios	Q50.00
Tren de Aseo	Q50.00
TOTAL	Q250.00

TABLA 30 INVENTARIO DE CONSUMO.

INVENTARIO DE CONSUMO	
Descripción	Inicial
Ganchos o Mariposas	Q200.00
Cabezotes	Q1,300.00
Fundidor para cera	Q900.00
Cera	Q150.00
Tratamiento por irritación	Q58.33
Galón de Shampoo	Q150.00
Galón de Acondicionador	Q450.00
Cabellos Teñidos	Q277.50
Crema para terminado cabellos	Q255.00
Crema para caballeros	Q255.00
brillo para peinados	Q160.00
Hidratador	Q195.00
Peroxido Litro	Q150.00
Tintes	Q566.67
Guantes	Q90.00
Crema para alisados Permanentes	Q650.00
Algodón	Q40.00

Acetona	Q140.00
Acondicionador (variedad, según cabello)	Q780.00
Acondicionador Rousdiglo cabello natural	Q400.00
Acondicionador Rousdiglo Cabello Teñido	Q800.00
Ampollas	Q200.00
Cera de depilar	Q780.00
cremas chihtsai para cabello poroso	Q1,020.00
Keratin Creme	Q1,400.00
Maquillaje Factor	Q1,000.00
Peroxido Affinage	Q388.00
Pestañas Label	Q160.00
Pinta Uñas label	Q376.00
Proteína Hand Mask	Q1,200.00
Shampoo Chamomile	Q748.00
Shampoo Chihtsais	Q540.00
Shampoo liropex	Q400.00
Shampoo Rousdiglo color natural	Q400.00
Shampoo Rousdiglo Pelo teñido	Q800.00
Spray Hold	Q600.00
Tintes Infiniti	Q300.00
Tintes Revlonisivo	Q300.00
Uñas acrílicas	Q264.00
Total	Q18,843.50

TABLA 31 PLANILLA DE SUELDOS

SUELDOS										
Descripción	Sueldo	Bono	Sueldo + Bono	Bono 14	Indemnización	Aguinaldo	Vacaciones	Igss Patronal	Bono Total	Salario Anual
Administrador	Q4,500.00	Q250.00	Q4,750.00	Q4,500.00	Q4,500.00	Q4,500.00	Q250.00	Q6,890.40	Q3,000.00	Q54,000.00
Barbero en jefe	Q2,900.00	Q250.00	Q3,150.00	Q2,900.00	Q2,900.00	Q2,900.00	Q250.00	Q4,440.48	Q3,000.00	Q34,800.00
Asesora de Imagen	Q2,900.00	Q250.00	Q3,150.00	Q2,900.00	Q2,900.00	Q2,900.00	Q250.00	Q4,440.48	Q3,000.00	Q34,800.00
Estilista de planta	Q2,750.00	Q250.00	Q3,000.00	Q2,750.00	Q2,750.00	Q2,750.00	Q250.00	Q4,210.80	Q3,000.00	Q33,000.00
Estilista de visita	Q2,750.00	Q250.00	Q3,000.00	Q2,750.00	Q2,750.00	Q2,750.00	Q250.00	Q4,210.80	Q3,000.00	Q33,000.00
TOTAL	Q15,800.00	Q1,250.00	Q17,050.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q1,250.00	Q24,192.96	Q15,000.00	Q189,600.00

TABLA 32 FUENTES DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

FUENTE DE INVERSIÓN		
Detalle	Cantidad	Porcentaje
Capital Propio	Q 81,663.40	50.2%
Préstamo	Q 80,900.00	49.8%
Total	Q 162,563.40	100%

9.2. Financiamiento externo.

TABLA 33 CUADRO DE PAGO DE PRESTAMO E INTERES.

Monto
Q 80,900.00

Interés
Q30,344.05

Total
Q 111,244.05

Mes	Capital	Interés 12%	Cuota	Saldo Capital
Mes 1	Q905.88	Q934.84	Q1,840.72	Q80,900.00
Mes 2	Q945.23	Q895.49	Q1,840.72	Q79,994.12
Mes 3	Q984.36	Q856.36	Q1,840.72	Q79,048.89
Mes 4	Q938.64	Q902.08	Q1,840.72	Q78,064.53
Mes 5	Q1,033.04	Q807.68	Q1,840.72	Q77,125.89
Mes 6	Q961.42	Q879.30	Q1,840.72	Q76,092.85
Mes 7	Q1,026.80	Q813.92	Q1,840.72	Q75,131.43
Mes 8	Q1,064.68	Q776.04	Q1,840.72	Q74,104.63
Mes 9	Q1,023.08	Q817.64	Q1,840.72	Q73,039.95
Mes 10	Q1,034.53	Q806.19	Q1,840.72	Q72,016.87
Mes 11	Q1,071.74	Q768.98	Q1,840.72	Q70,982.34
Mes 12	Q1,058.11	Q782.61	Q1,840.72	Q69,910.60
Mes 13	Q1,094.82	Q745.90	Q1,840.72	Q68,852.49
Mes 14	Q1,082.21	Q758.51	Q1,840.72	Q67,757.67
Mes 15	Q1,118.40	Q722.32	Q1,840.72	Q66,675.46
Mes 16	Q1,083.17	Q757.55	Q1,840.72	Q65,557.06
Mes 17	Q1,165.54	Q675.18	Q1,840.72	Q64,473.89
Mes 18	Q1,109.16	Q731.56	Q1,840.72	Q63,308.35
Mes 19	Q1,166.90	Q673.82	Q1,840.72	Q62,199.19
Mes 20	Q1,223.63	Q617.09	Q1,840.72	Q61,032.29
Mes 21	Q1,171.20	Q669.52	Q1,840.72	Q59,808.66
Mes 22	Q1,184.31	Q656.41	Q1,840.72	Q58,637.46
Mes 23	Q1,218.31	Q622.41	Q1,840.72	Q57,453.15
Mes 24	Q1,190.90	Q649.82	Q1,840.72	Q56,234.84
Mes 25	Q1,264.29	Q576.43	Q1,840.72	Q55,043.94
Mes 26	Q1,238.69	Q602.03	Q1,840.72	Q53,779.65
Mes 27	Q1,252.55	Q588.17	Q1,840.72	Q52,540.96
Mes 28	Q1,266.57	Q574.15	Q1,840.72	Q51,288.41
Mes 29	Q1,316.88	Q523.84	Q1,840.72	Q50,021.84
Mes 30	Q1,277.91	Q562.81	Q1,840.72	Q48,704.96
Mes 31	Q1,326.93	Q513.79	Q1,840.72	Q47,427.05
Mes 32	Q1,374.60	Q466.12	Q1,840.72	Q46,100.12

Mes 33	Q1,323.89	Q516.83	Q1,840.72	Q44,725.52
Mes 34	Q1,370.54	Q470.18	Q1,840.72	Q43,401.63
Mes 35	Q1,385.38	Q455.34	Q1,840.72	Q42,031.09
Mes 36	Q1,385.71	Q455.01	Q1,840.72	Q40,645.71
Mes 37	Q1,415.40	Q425.32	Q1,840.72	Q39,260.00
Mes 38	Q1,417.07	Q423.65	Q1,840.72	Q37,844.60
Mes 39	Q1,446.09	Q394.63	Q1,840.72	Q36,427.53
Mes 40	Q1,436.49	Q404.23	Q1,840.72	Q34,981.44
Mes 41	Q1,489.43	Q351.29	Q1,840.72	Q33,544.95
Mes 42	Q1,470.30	Q370.42	Q1,840.72	Q32,055.52
Mes 43	Q1,509.38	Q331.34	Q1,840.72	Q30,585.22
Mes 44	Q1,546.73	Q293.99	Q1,840.72	Q29,075.84
Mes 45	Q1,532.55	Q308.17	Q1,840.72	Q27,529.11
Mes 46	Q1,549.70	Q291.02	Q1,840.72	Q25,996.56
Mes 47	Q1,575.88	Q264.84	Q1,840.72	Q24,446.86
Mes 48	Q1,584.69	Q256.03	Q1,840.72	Q22,870.98
Mes 49	Q1,610.12	Q230.60	Q1,840.72	Q21,286.29
Mes 50	Q1,613.35	Q227.37	Q1,840.72	Q19,676.17
Mes 51	Q1,651.56	Q189.16	Q1,840.72	Q18,062.82
Mes 52	Q1,651.08	Q189.64	Q1,840.72	Q16,411.26
Mes 53	Q1,680.82	Q159.90	Q1,840.72	Q14,760.18
Mes 54	Q1,694.30	Q146.42	Q1,840.72	Q13,079.36
Mes 55	Q1,717.38	Q123.34	Q1,840.72	Q11,385.06
Mes 56	Q1,735.99	Q104.73	Q1,840.72	Q9,667.68
Mes 57	Q1,754.79	Q85.93	Q1,840.72	Q7,931.69
Mes 58	Q1,771.57	Q69.15	Q1,840.72	Q6,176.90
Mes 59	Q1,793.00	Q47.72	Q1,840.72	Q4,405.33
Mes 60	Q2,612.34	Q29.24	Q2,641.58	Q2,612.33
TOTAL	Q80,900.01	Q30,344.05	Q111,244.06	-Q0.01

Fuente: Hoja de préstamo Banco Banrural (agosto 2024).

8.3. FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS

TABLA 34 FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS.

FLUJO DE FONDOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo anterior	Q0.00	Q0.00	Q53,180.79	Q101,210.29	Q146,770.54	Q189,593.59
Capital	Q80,863.40					
Aporte entre socios	Q80,900.00					
INGRESOS						
Ingreso por concepto de servicios		Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25
Ingreso por concepto de ventas		Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25
TOTAL DISPONIBLE	Q161,763.40	Q925,179.50	Q978,360.29	Q1,026,389.79	Q1,071,950.04	Q1,114,773.09
EGRESOS						
Promoción y publicidad		Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00
mantenimiento del equipo		Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00
costo de producción		Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00
Compras		Q234,552.00	Q234,552.00	Q234,552.00	Q234,552.00	Q234,552.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios		Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00
Bonificación Incentivo		Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00
Bonificación Anual Decreto 42-92, (Bono 14)		Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
Aguinaldo		Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
Bono Vacacional		Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00
IGSS Patronal		Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96
Indemnización		Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
Préstamo		Q12,047.51	Q13,808.55	Q15,783.94	Q17,973.71	Q21,286.30
INVERSION	Q161,763.40					
TOTAL DE EGRESOS	Q161,763.40	Q853,943.47	Q855,704.51	Q857,679.90	Q859,869.67	Q863,182.26
Ganancia antes de impuestos		Q71,236.03	Q122,655.78	Q168,709.89	Q212,080.37	Q251,590.83
IVA ANUAL por pagar (12% s/ingresos)		Q11,117.66	Q11,117.66	Q11,117.66	Q11,117.66	Q11,117.66
ISR		Q6,937.58	Q10,327.84	Q10,821.69	Q11,369.13	Q11,997.06
SALDOS	Q0.00	Q53,180.79	Q101,210.29	Q146,770.54	Q189,593.59	Q228,476.11

8.4. Estado de resultados

TABLA 35 ESTADO DE RESULTADOS.

ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingresos por servicios	Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25	Q690,656.25
Ingresos por ventas	Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25	Q234,523.25
TOTAL INGRESOS	Q925,179.50	Q925,179.50	Q925,179.50	Q925,179.50	Q925,179.50
COSTO DE VENTAS					
INVENTARIO INICIAL DE MERCADERIA	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00
COMPRAS	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43
DISPONIBILIDAD	Q228,967.43	Q228,967.43	Q228,967.43	Q228,967.43	Q228,967.43
INVENTARIO FINAL DE MERCADERIA	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00
COSTO DE VENTAS	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43	Q209,421.43
MARGEN BRUTO	Q715,758.07	Q715,758.07	Q715,758.07	Q715,758.07	Q715,758.07
GASTOS DE OPERACIÓN					
Promoción y Publicidad	Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00	Q25,945.00
Mantenimiento de Equipo	Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00	Q2,460.00
REMODELACION	Q11,800.00				
Costos de producción	Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00	Q301,496.00
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Alquileres	Q31,260.00	Q31,260.00	Q31,260.00	Q31,260.00	Q31,260.00
Productos de Limpieza	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00
Servicios Varios	Q5,400.00	Q5,400.00	Q5,400.00	Q5,400.00	Q5,400.00
Sueldos y Salarios	Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00	Q189,600.00
Bonificación Incentivo	Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00	Q15,000.00
Bonificación Anual para Trabajadores del sector Privado y Público Decreto 42-92, (Bono 14)	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
Aguinaldo	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
IGSS Patronal	Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96	Q24,192.96
Bono vacacional	Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00	Q1,250.00
Indemnización	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00
Depreciación Mobiliario y Equipo	Q15,228.00	Q15,228.00	Q15,228.00	Q15,228.00	Q15,228.00
Depreciación Equipo de Computo	Q3,249.68	Q3,249.68	Q3,249.68	Q3,249.68	Q3,249.68

Amortización Gastos de Organización	Q684.99	Q684.99	Q684.99	Q684.99	Q684.99
Interés sobre el préstamo	Q10,041.13	Q8,280.09	Q6,304.70	Q4,114.93	Q1,603.20
SUMA DE GASTOS	Q688,007.76	Q674,446.72	Q672,471.33	Q670,281.56	Q667,769.83
UTILIDAD BRUTA	Q27,750.32	Q41,311.36	Q43,286.75	Q45,476.52	Q47,988.25
ISR ANUAL	Q6,937.58	Q10,327.84	Q10,821.69	Q11,369.13	Q11,997.06
UTILIDAD NETA	Q20,812.74	Q30,983.52	Q32,465.06	Q34,107.39	Q35,991.18

Fuente: Elaboración propia.

8.5. Balance general.

Tabla 36 Balance general.

BALANCE DE SITUACION GENERAL					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE					
Caja y Bancos	Q70,855.32	Q120,911.05	Q197,031.35	Q240,994.59	Q284,237.46
Mercaderías	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00	Q19,546.00
Materiales e insumos	Q18,843.50	Q18,843.50	Q18,843.50	Q18,843.50	Q18,843.50
Accesorios	Q9,414.00	Q9,414.00	Q9,414.00	Q9,414.00	Q9,414.00
NO CORRIENTE					
Mobiliario y Equipo	Q76,140.00	Q76,140.00	Q76,140.00	Q76,140.00	Q76,140.00
(-) depreciación acumulada	Q15,228.00	Q30,456.00	Q45,684.00	Q60,912.00	Q76,140.00
Equipo de Computación	Q9,750.00	Q9,750.00	Q9,750.00	Q9,750.00	Q9,750.00
(-) depreciación acumulada	Q3,249.68	Q6,499.35	Q9,750.00	Q9,750.00	Q9,750.00
Gastos de Organización	Q6,849.90	Q6,849.90	Q6,849.90	Q6,849.90	Q6,849.90
(-) Amortización Gastos de Organización	Q684.99	Q1,369.98	Q2,054.97	Q2,739.96	Q3,424.95
SUMA DEL ACTIVO	Q192,236.06	Q223,129.12	Q251,125.78	Q279,176.03	Q306,505.91
PASIVO					
CORRIENTE					
ISR por pagar	Q6,937.58	Q10,327.84	Q10,821.69	Q11,369.13	Q11,997.06
IVA por pagar	Q7,832.27	Q7,832.27	Q7,832.27	Q7,832.27	Q7,832.27
NO CORRIENTE					
Préstamo	Q68,852.49	Q55,043.94	Q39,260.00	Q21,286.30	Q0.00
Intereses préstamo	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
PATRIMONIO NETO					
Capital contable	Q80,863.40	Q108,613.72	Q149,925.07	Q193,211.82	Q238,688.34
Utilidad del ejercicio	Q27,750.32	Q41,311.36	Q43,286.75	Q45,476.52	Q47,988.25
SUMA DEL PASIVO Y PATRIMONIO	Q192,236.05	Q223,129.12	Q251,125.78	Q279,176.03	Q306,505.91

8.6. Rentabilidad: (VAN, TIR)

8.6.1. Valor actual neto

TABLA 37 VALOR ACTUAL NETO.

VALOR ACTUAL NETO				
Año	Inversión	Beneficio	Factor Actualización 21%	Valor Actualizado
0	-Q161,763.40			-Q161,763.40
1	Q0.00	Q53,180.79	Q0.83	Q43,951.07
2	Q0.00	Q101,210.29	Q0.68	Q69,127.99
3	Q0.00	Q146,770.54	Q0.56	Q82,848.15
4	Q0.00	Q189,593.59	Q0.47	Q88,446.81
5	Q0.00	Q228,476.11	Q0.39	Q88,087.43
VAN				Q210,698.04
				-Q161,763.40
				Q48,934.64

8.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO

TABLA 38 TASA INTERNA DE RETORNO VAN+

Factor de actualización del 59% VAN+ Q 378.19

VALOR ACTUAL NETO +				
Año	Inversión	Beneficio	Factor Actualización 59%	Valor Actualizado
0	-Q161,763.40	Q0.00	Q0.00	-Q161,763.40
1	Q0.00	Q53,180.79	Q0.63	Q33,447.04
2	Q0.00	Q101,210.29	Q0.40	Q40,034.13
3	Q0.00	Q146,770.54	Q0.25	Q36,513.00
4	Q0.00	Q189,593.59	Q0.16	Q29,664.37
5	Q0.00	Q228,476.11	Q0.10	Q22,483.05
Total				Q162,141.59
VAN +				Q378.19

TABLA 39 TASA INTERNA DE RETORNO VAN-.

Factor de actualización del 64% VAN- Q -12,964.34

VALOR ACTUAL NETO -				
Año	Inversión	Beneficio	Factor Actualización 64 %	Valor Actualizado
0	Q161,763.40	Q0.00	Q0.00	Q161,763.40
1	Q0.00	Q53,180.79	Q0.61	Q32,427.31
2	Q0.00	Q101,210.29	Q0.37	Q37,630.24
3	Q0.00	Q146,770.54	Q0.23	Q33,274.18
4	Q0.00	Q189,593.59	Q0.14	Q26,208.87
5	Q0.00	Q228,476.11	Q0.08	Q19,258.46
TOTAL				Q148,799.06
VAN -				-Q12,964.34

FORMULA 1 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$\text{TIR} = R + (R2-R1) \left\{ \frac{\text{VAN+}}{(\text{VAN+}) - (\text{VAN-})} \right\}$$

$$\text{TIR} = 59 + (64 - 59) \left\{ \frac{Q 378.19}{(Q 378.19) - (-Q 12,964.34)} \right\}$$

$$\text{TIR} = 59 + (5) \left\{ \frac{Q 378.89}{Q 13,342.53} \right\}$$

$$\text{TIR} = 59 + 5 (0.028344765)$$

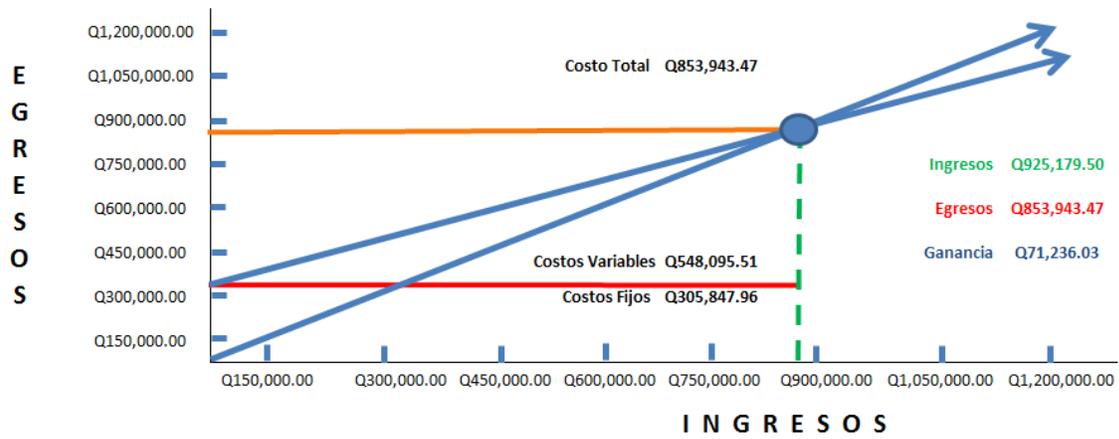
$$\text{TIR} = 59 + 0.141723825$$

$$\text{TIR} = 59.1417238\%$$

La tasa Interna de Retorno con una proyección a 5 años y una inversión de 161,676.89 se estima en 59.14%.

8.7. Cálculo y gráfica del punto de equilibrio financiero.

GRÁFICA 10 PUNTO DE EQUILIBRIO



9. ANALISIS DE RIESGOS.

9.1. Identificación de Riesgos del Entorno, Propios del Negocio y Operacionales.

Una variedad de riesgos rodean el proyecto, sin embargo el identificarlos, saber su origen y mitigarlos es parte fundamental del éxito de la empresa.

9.2. Matriz de riesgos

TABLA 40 MATRIZ DE RIESGOS.

Descripción	Nivel de Amenaza	Derivación	Mitigación	Control
Mala Administración	5	Ineficiencia del control y métodos de supervisión, tanto laboral como de inventarios, clientes y proveedores.	Capacitación de métodos de control y supervisión, revisiones periódicas y seguimiento a la cartelera de clientes como de proveedores.	Revisión periódica (mínimo 1 vez al mes)
Energía Eléctrica	8	Cortos circuitos, problemas externos	Unidades de respaldo eléctrico, control y métodos de seguridad industrial y salud ocupacional	Semanal
Incumplimiento con clientes	6	Agendas saturadas, irresponsabilidad de laborantes, falta de comunicación. Falta de personal	Revisión de las agendas una vez por semana, llevar un calendario general para su control, motivar a los trabajadores a asumir responsabilidades. Control y seguimiento de procesos y atención al cliente.	Buzón de quejas o sugerencias, Revisión de cumplimiento de agenda.
Falta de materia prima	8	Pérdida de clientes, demoras	Control de inventarios semanal, registro de	Inventarios, informes.

		en la agenda, perdida de ventas.	producto en uso y existencia, análisis de compra en función a tiempo de entrega, Mantener un stock de emergencia a falta de producto.	
--	--	-------------------------------------	--	--

10. CONCLUSIONES

La sociedad y cultura establecida en los municipios de San Pedro y San Marcos presentan un entorno favorable para el crecimiento de los productos y servicios de belleza. La alta demanda en este sector, impulsada por un interés creciente en el cuidado personal tanto en hombres como en mujeres, crea condiciones propicias para el emprendimiento de pequeñas y medianas empresas enfocadas en cubrir estas necesidades.

El mercado actual no solo refleja un alto nivel de demanda, sino también una demanda insatisfecha, lo que abre oportunidades significativas para la expansión de empresas en el ámbito de la salud, belleza e imagen. En este contexto, LUXBAR se posiciona como una propuesta diferenciada al ofrecer servicios que integran el cuidado estético con el asesoramiento de imagen personal y corporativa.

La amplia variedad de servicios y productos que ofrece LUXBAR es un factor clave que atrae a los consumidores, ya que les permite satisfacer todas sus necesidades de imagen en un solo lugar. Esta oferta integral, que abarca desde servicios de belleza hasta asesoramiento especializado, resulta en una experiencia más cómoda y completa para los clientes.

El enfoque integral de LUXBAR, que combina la calidad del servicio, el uso de productos de alta gama y técnicas modernas, no solo cubre las necesidades estéticas de los clientes, sino también su bienestar y confianza. Esto genera un valor añadido que fortalece la relación a largo plazo con los clientes, consolidando la empresa como un referente en el sector.

En resumen, las oportunidades en el mercado local, combinadas con una oferta atractiva y diferenciada, permiten a LUXBAR incursionar con éxito en el área de belleza e imagen personal y corporativa, destacándose por su capacidad de satisfacer la demanda existente y por su potencial de fidelización a largo plazo.

11. RECOMENDACIONES

Implementar capacitaciones constantes: Es fundamental garantizar la formación continua tanto en procesos como en productos relacionados con belleza e imagen. Dado lo cambiante de la moda y sus nuevas prácticas, se recomienda que el personal esté en constante actualización para aplicar estos conocimientos tanto en el salón como en las visitas a domicilio. Mantenerse a la vanguardia en técnicas y productos es clave para ofrecer un servicio competitivo y de calidad.

Formación especializada de los asesores de imagen y belleza: Se recomienda que los asesores cuenten con un alto nivel de preparación y percepción en el ámbito de la imagen. Además, sería ideal que estos profesionales también puedan realizar tratamientos de belleza, lo que les otorgará un valor añadido dentro del equipo y aumentará la versatilidad en las actividades diarias del salón.

Apertura de cuentas bancarias para el manejo financiero: Para mejorar la gestión financiera de la empresa, se sugiere la apertura de cuentas bancarias específicas para el manejo de los ingresos y gastos. Además, es recomendable implementar el pago de salarios mediante cheques, de manera que el efectivo pueda utilizarse como activo circulante para otras necesidades operativas del negocio.

Destinar tiempo a la visita de clientes potenciales: Se sugiere dedicar al menos 4 días al mes a visitar a clientes potenciales para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa. Estas visitas permitirán captar nuevos clientes y generar una mayor visibilidad de los servicios de LUXBAR, tanto en el área personal como corporativa.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alcaraz Rodríguez, Rafael E. El emprendedor de éxito. Tercera edición. México. Editorial Mc Graw Hill.

Ferrell O.C. y Geoffrey Hirt. "Introducción a los Negocios". Primera edición. México. Editorial Mc Graw Hill.

González Salazar, Diana M. Plan de negocios para emprendedores al éxito. Primera edición, México. Editorial Mc Graw Hill.

Hellriegel, Don y Johan W. Slocum. "Administración". Séptima edición, México. Editorial Thomson.

Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. Sexta edición México. Editorial Trillas.

Red de emprendedores de Grananda (2005) Plan de Negocios Salón de Belleza.

Segeplan.gob.gt: Información demográfica sobre el municipio de San Marcos según el Censo de Población 2002-2010.

Segeplan.gob.gt: Información demográfica sobre el municipio de San Pedro Sacatepéquez según el Censo de Población 2002-2010.