



**FACULTAD DE PREGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA IMPLEMENTAR CURSOS
DE MAQUILLAJE EN ESTUDIO VH EN LA ZONA URBANA DE
SAN PEDRO SULA”**

SUSTENTADO POR:

**DARLEEN JENINA LEIVA CASTILLO
SINDY MICHAELL MEJIA ALMENDAREZ
VIVIANA JACQUELINE HANDAL MEJIA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

CAMPUS CEUTEC

FACULTAD DE PREGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICA NACIONAL

JAVIER SALGADO LEZAMA

DECANA DE PREGRADO CEUTEC

DINA VENTURA

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA IMPLEMENTAR CURSOS
DE MAQUILLAJE EN ESTUDIO VH EN LA ZONA URBANA DE
SAN PEDRO SULA”**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN:**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ASESOR:
LIC. JOSUÉ MANUEL MORENO ORELLANA**

**MIEMBROS DE LA TERNA:
EDWIN ALEXANDER AMAYA RODRIGUEZ
CRISTHIAM JOSE MIRA CLAROS**

DEDICATORIAS

Dedico mi proyecto primeramente a Dios ya que me ha ayudado a cumplir una meta más en mi vida y poder concluir con mi carrera universitaria.

A mis padres y hermano por estar ahí para mí a lo largo de la carrera.

Darleen Jenina Leiva Castillo

Dedico mi proyecto a Dios, a mi madre, a mi hermana y a mí misma. El esfuerzo y la dedicación ha sido lo mejor que he podido lograr por mí misma. El apoyo y el amor incondicional de mi madre ha sido mi motivación de poder culminar mi carrera universitaria.

Sindy Michael Mejjá Almendarez

Dedico mi proyecto primero que todo a Dios por darme la oportunidad de cumplir mis sueños y permitirme estar donde estoy el día de hoy.

A mis padres y mis hermanos por siempre apoyarme en todas mis metas, dedicarme tiempo y brindarme todo el amor del mundo.

Viviana Jacqueline Handal Mejjá

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, le doy gracias a Dios por ayudarme a concluir con éxito mi meta y haberme brindado sabiduría para poder alcanzar con éxito mi título.

A mis padres por su gran apoyo y amor a lo largo de mi carrera.

Agradezco a cada catedrático por todo el apoyo y el habernos brindado cada uno de sus conocimientos.

Darleen Jenina Leiva Castillo

Agradezco a Dios porque siempre ha sido mi fortaleza y por brindarme la sabiduría necesaria para las decisiones que he tomado para poder lograr obtener mi título universitario.

Agradezco a mi madre Elia Rosa Almendarez, a mi hermana Kimberlee Mejía, a Brandon Leiva, por darme la fuerza y apoyo durante este proceso en mi vida.

Agradezco la dedicación y fuerza de cada catedrático por guiarme en el proceso de mi carrera universitaria. A la institución por dar la facilidad de poder lograr el éxito de cada alumno.

Sindy Michael Mejía Almendarez

Primeramente, agradecerle a Dios por la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida, darme la salud y sabiduría para terminar mis estudios.

Agradezco a mis padres Daniel y Jackie Handal por el apoyo incondicional, amor extraordinario y dedicación que tuvieron durante este proceso. Gracias ya que sin ellos no estaría aquí.

Gracias a mis hermanos Gabriela y Daniel Handal por nunca darme la espalda y siempre brindarme ese cariño que siempre necesite.

Un agradecimiento especial hacia cada catedrático que me brindo su ayuda cuando lo necesite y por compartir su sabiduría con nosotros.

Viviana Jacqueline Handal Mejia

RESUMEN EJECUTIVO

El Estudio VH se dedica a dar el servicio de maquillaje profesional para eventos sociales, en la zona noroeste de San Pedro Sula, está considera la oportunidad de implementar cursos de maquillaje con técnica básica y técnica avanzan aplicando en la zona urbana de San Pedro Sula.

La presente investigación muestra los resultados alcanzados en la zona urbana de San Pedro Sula por me medio de la aplicación de encuesta en línea. Los datos fueron analizados con técnica estadística que comprender el análisis descriptivo y conocer la viabilidad de la implementación de los cursos de maquillaje.

El objetivo principal del estudio es determinar la demanda para el Estudio VH, se determinará los requerimientos técnicos y la viabilidad financiera para conocer la rentabilidad del proyecto.

La inversión inicial será L.431,370 el cual consiste en adecuación de la luz, pintura y mejorar el ambiente de trabajo, incluye el mobiliario de oficina para la atención de las actividades de los cursos y aspectos legales a cubrir.

El cálculo realizado para la VAN fue de L.537,985 siendo positivo, reflejó la recuperación de la inversión en menor del tiempo proyectado, por otro lado, la TIR en este caso fue del 52% por lo que denota un alto retorno a la inversión inicial y muy por encima de lo esperado.

Mediante el estudio financiero se determinó que la TIR en el proyecto fue del 52% por lo que se demuestra que si es viable la implementación de los cursos de maquillaje en Estudio VH.

ABSTRACT

Studio VH is dedicated to providing professional makeup services for social events, in the northwestern area of San Pedro Sula, and is considering the opportunity to implement makeup courses with basic techniques and advanced techniques, applying them in the urban area of San Pedro Sula.

This research shows the result achieved in the urban area of San Pedro Sula through the online survey application. The data was analyzed with a statistical technique that included the descriptive analysis and the viability of the implementation of the makeup courses.

The main objective of the study is to determine the demand for the VH Studio, the technical requirements and the financial viability will be determined to know the profitability of the project.

The initial investment will be L.431,370, which consists of adapting the light, painting and improving the work environment, including office furniture to attend the activities of the courses and legal aspects to be covered.

The calculation made for the NPV was L.537,985, being positive, it reflects the recovery of the investment in less than the projected time, on the other hand the IRR in this case was 52%, which denotes a high return on the initial investment and much higher than expected.

Through the financial study, it was determined that the IRR in the project was 52%, which shows that the implementation of makeup courses in Studio VH is feasible.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2.1 Antecedentes	2
2.2 Definición del Problema	3
2.2.1 Enunciado del problema	3
2.2.2 Formulación del problema	4
2.3 Preguntas de investigación	4
2.4 Hipótesis de la investigación	4
2.4.1 Variables de la investigación	4
2.5 Justificación	5
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos	7
CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO	8
4.1 Microentorno	9
4.2 Macroentorno	11
4.3 Teorías de sustento	12
4.4 Conceptualización	12
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA	14
5.1 Congruencia metodológica	14
5.1.1 Matriz metodológica	14
5.1.3 Operacionalización de las variables	15
5.2 Enfoque y métodos	16
5.3 Alcance de la investigación	17
5.4 Diseño de la investigación	17
5.5 Población y muestra	18
5.5.1 Población total	18
5.5.2 Muestra	20
5.6 Unidad de análisis	21
5.6.1 Unidad de respuestas	21
5.7 Técnicas e instrumentos aplicados	22
5.7.1 Técnicas instrumento	22
5.8 Fuentes de información	27
5.8.1 Fuentes de información primarias	27

5.8.2 Fuentes de información secundarias.....	27
5.9 Limitación del proyecto	28
5.10 Cronología del trabajo	28
CAPÍTULO VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	29
6.1 Modelo de negocio	29
6.1.1 Problema	30
6.1.2 Solución	31
6.2 Visión de la empresa.....	31
6.3 Misión de la empresa.....	31
6.4 Estudio de mercado	31
6.4.1 Análisis de la competencia e industria.....	32
6.4.2 Análisis del cliente	32
6.5 Resultados y análisis de la encuesta	34
6.6 Calculo de la demanda potencial.....	41
6.6.1 Comparativo	43
6.7 Estrategias de mercadeo y ventas.....	43
6.8 Estudio técnico	44
6.8.1 Ubicación de instalaciones	44
6.8.2 Diseño de las instalaciones	45
6.9 Capacidad instalada	46
6.10 Capacidad real	46
6.11 Comparativo capacidad real y demanda.....	47
6.12 Equipo de requerido.....	47
6.13 Organización	47
6.13.1 Descriptores de puestos	48
6.13.3 Tabla de sueldos.....	52
6.14 Estudio Financiero.....	52
6.14.1 Cálculo de inversión inicial.....	52
6.14.2 Cálculo de coste medio ponderado del capital (CMPC)	53
6.14.3 Cálculo de gasto financiero y amortización de préstamo	54
6.14.4 Cálculo de ingresos	55
6.14.5 Cálculo de costos del servicio.....	56
6.14.6 Cálculo de gastos administrativos	56
6.14.7 Estado de resultados.....	57
6.14.8 Flujo de caja.....	57
6.14.9 Estado de situación financiera (balance general)	58
6.14.10 Cálculo de VPN y TIR.....	60

6.14.11 Punto de equilibrio en unidades	60
6.15 Análisis de sensibilidad (Manipulación de variables)	61
6.16 Prueba de hipótesis	62
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Referencias	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 4.1 Fuerzas de Porter.....	9
Figura 2 5.2 Operacionalización de las variables	16
Figura 3 5.3 Fases del enfoque	17
Figura 4 5.3 Diseño de investigación	18
Figura 5 6.4 Mapa satélital	45
Figura 6 6.5 Diseño de instalaciones	46
Figura 7 6.6 Organigrama.....	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 4.1	Análisis Pestel	11
Tabla 2 5.2	Matriz metodológica.....	14
Tabla 3 5.3	Proyección de población año 2016.....	19
Tabla 4 5.4	Resumen de Proyección de población.....	19
Tabla 5 5.5	Unidad de respuestas	21
Tabla 6 5.6	Cronología del trabajo	28
Tabla 7 6.7	Modelo de negocios Canvas	29
Tabla 8 6.8	Tabla de horarios	33
Tabla 9 6.9	Estimación Demanda objetiva.....	41
Tabla 10 6.10	Demanda potencial	43
Tabla 11 6.11	Comparativo demanda y venta	43
Tabla 12 6.12	Capacidad instalada	46
Tabla 13 6.13	Capacidad real	46
Tabla 14 6.14	Comparativo capacidad real y demanda.....	47
Tabla 15 6.15	Equipo requerido	47
Tabla 16 6.16	Descriptores de puesto.....	48
Tabla 17 6.17	Descriptores de puesto.....	50
Tabla 18 6.14	Tabla de sueldos	52
Tabla 19 6.19	Inversión inicial	52
Tabla 20 6.20	CMPC	54
Tabla 21 6.20	Gastos financieros	54
Tabla 22 6.21	Amortización	55
Tabla 23 6.22	Proyección de ingresos	55
Tabla 24 6.23	Ingresos anuales.....	55
Tabla 25 6.24	Costo del servicio	56
Tabla 26 6.25	Costo de variables.....	56
Tabla 27 6.26	Costo totales	56
Tabla 28 6.27	Estado de resultados	57
Tabla 29 6.28	Flujo de caja	58
Tabla 30 6.29	Estado de situación financiera (balance general)	59
Tabla 31 6.30	VPN Y TIR.....	60
Tabla 32 6.31	Punto de equilibrio	61
Tabla 33 6.32	Análisis de sensibilidad optimista	61
Tabla 34 6.33	Análisis de sensibilidad pesimista.....	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 6.1 Edad.....	34
Gráfico 2 6.2 Género	34
Gráfico 3 6.3 Zona.....	35
Gráfico 4 6.4 Ingresos mensuales.....	35
Gráfico 5 6.5 Pagado por un curso	36
Gráfico 6 6.6 Adquirió cursos	36
Gráfico 7 6.7 Pagaría un curso	37
Gráfico 8 6.8 Medio asistiría al curso.....	37
Gráfico 9 6.9 Dispuesta a pagar.....	38
Gráfico 10 6.10 rango de precios técnica básica	38
Gráfico 11 6.11 rango de precios a pagar por técnica avanzada	39
Gráfico 12 6.12 Sectores	39
Gráfico 13 6.13 Horarios	40
Gráfico 14 6.14 Métodos de pago	40
Gráfico 15 6.15 Redes sociales	41
Gráfico 16 6.16 Publicidad.....	41

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Incluye los antecedentes (brevemente tratados de manera correcta y específica), el planteamiento del problema (objetivos y preguntas de investigación, así como la justificación del estudio), el contexto de la investigación (cómo, cuándo y dónde se realizó), las variables y los términos de la investigación, lo mismo que las limitaciones de ésta. (Hernández Sampieri et al., 2010)

El presente informe tiene como finalidad demostrar la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en el Estudio VH en la zona urbana de San Pedro Sula.

Mediante el estudio de mercado se dará a conocer las acciones realizadas con objetivo de obtener información de las fortalezas y debilidades de la competencia, con el análisis del cliente permitirá personalizar el servicio que necesita cada cliente también se conocerá el resultado y análisis de encuesta para establecer los parámetros de la información a utilizar con datos específicos y poder calcular la demanda potencial para el Estudio VH.

El estudio técnico determina la ubicación y diseño de las instalaciones, la capacidad instalada y real, comparativo capacidad real y demanda, equipo requerido, descriptores de puesto, organigramas y tablas de sueldo por departamento.

El estudio financiero permite comprender la rentabilidad del proyecto, los procesos de cálculo y análisis de costos y gastos, estado de resultado, flujo de caja, balance general, cálculo de VPN y TIR, análisis de sensibilidad y prueba de hipótesis para poder determinar la viabilidad económica del proyecto.

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

(ASALE & RAE, s. f.) define: “Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores”.

El ser humano tiene mucho tiempo usando los colores como elementos estéticos de comunicación verbal, para resaltar aspectos y producir determinados efectos sobre la conducta o simplemente transmitir estados de ánimo. (*Historia del maquillaje*, s. f.)

El maquillaje ha evolucionado en el transcurso del tiempo, desde el comienzo el ser humano ha tratado de mejorar su imagen adaptándola a las tendencias del momento.

Las etapas históricas en el desarrollo del maquillaje fueron cambiando según sus aplicaciones, creencias y necesidades. El maquillaje era elaborado de arcilla, tierras de distintos pigmentos, colorantes, barro, cenizas, aplicaban tonos pulverizadas de piedras minerales.

La mujer y el maquillaje han evolucionado durante cada época, con beneficios o prohibiciones debido al uso de los cosméticos elaborados por ellos mismos adaptado a cada concepto de belleza.

La variedad de estilos y técnicas que aplicaban en el maquillaje de forma pronunciado o natural para resaltar la belleza de la mujer.

El arte del maquillaje sigue actualizándose a las nuevas tendencias, innovando el estilo de vida de las mujeres sin importar la edad o cultura. El maquillaje permite hacer cambios en el rostro destacando los ojos, labios, nariz con diferentes coloraciones, combinaciones y formas. (Ribes Diego et al., 2011)

El maquillaje es un recurso de mucho beneficio y de arte para la mujer, su alta demanda lo lleva a crear oportunidades de negocio.

2.2 Definición del Problema

Es todo aquello que se convierte en objeto de reflexión y sobre el cual se percibe la necesidad de conocer y, por tanto, de estudiar. (Bernal, s. f.)

2.2.1 Enunciado del problema

Enunciar un problema de investigación consiste en presentar, mostrar y exponer las características o los rasgos del tema, situación o aspectos de interés que va a estudiarse, es decir describir el estado actual del problema. (Bernal, s. f.)

El Estudio VH analiza cómo obtener un mercado más grande y como generar nuevos ingresos, es por ello que se analiza la opción de implementar cursos de maquillaje. En el rubro del maquillaje siempre se tiene que estar innovando en tendencias y lograr brindar un mejor servicio al cliente. Existe una gran demanda en el maquillaje abarcado por mujeres interesadas en mejorar su aspecto personal.

En la actualidad el maquillaje se ha vuelto uno de los negocios mejores pagados a nivel mundial. Las mujeres gozan de estos productos y servicios para resaltar la belleza y ocultar defectos. Por ende, hay muchas mujeres que quiere aprender a utilizar el maquillaje en ellas mismas, conocer los secretos para resaltar su belleza y verse mucho mejor.

La industria del maquillaje es bastante amplia y los cursos de maquillaje les permitirá conocer sus intereses, técnicas para aplicar y mezclar colores y podrán crear sus propios portafolios al finalizar el curso.

Además, la implementación de estos nuevos cursos no solo ayudará a personas a poder maquillarse ellos mismos sino aprender nuevas técnicas, estar actualizados en todo lo nuevo y así tener la habilidad de maquillar como profesional. Así con este modelo de negocio podemos llegar a una mayor ventaja competitiva, aumentar el ingreso del negocio y adquirir nuevos clientes. Es por ello que se abordará a detalle el tema, proporcionando estudios de mercado, estudios técnicos y análisis financiero, que le faciliten a la empresa la toma de decisión sobre si es viable o no el proyecto.

2.2.2 Formulación del problema

“Formular el problema específico en términos concretos y explícitos, de manera que sea susceptible de investigarse con procedimientos científicos (Selltiz *et al.*, 1980)”

(Hernández Sampieri *et al.*, 2010).

Determinar si es viable un nuevo servicio en el Estudio VH, es por ello que se genera la siguiente interrogante:

¿Es viable implementar cursos de maquillaje en el Estudio VH?

2.3 Preguntas de investigación

Orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación. Las preguntas no deben utilizar términos ambiguos ni abstractos. (Hernández Sampieri *et al.*, 2010)

1. ¿Cuál es la demanda de venta de cursos de maquillaje que tendrá Estudio VH?
2. ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para implementar cursos de maquillaje como nuevo servicio en Estudio VH?
3. ¿Es viable desde el punto financiero implementar cursos de maquillaje en Estudio VH?

2.4 Hipótesis de la investigación

Explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones. (Hernández Sampieri *et al.*, 2010)

Hi: Es viable implementar cursos de maquillaje en Estudio VH, si la TIR es 10% mayor o igual al costo de capital.

Ho: No es viable implementar cursos de maquillaje en Estudio VH, si la TIR es menor de 10% del costo de capital.

2.4.1 Variables de la investigación

Son las propiedades medidas y que forman parte de las hipótesis o que se pretenden describir. (Hernández Sampieri *et al.*, 2010)

Variable dependiente:

Tasa interna de retorno (TIR)

Variable independiente:

- Inversión inicial
- Costos de ventas
- Gastos administrativos
- Gastos de ventas
- Gastos financieros
- Impuesto sobre la renta (ISR)
- Inflación
- Depreciación

2.5 Justificación

“Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (Hernández Sampieri et al., 2010, p.39).

A continuación, se dará a conocer las razones para determinar la viabilidad de implementar un nuevo servicio como cursos de maquillaje en el Estudio VH.

Los cursos de maquillaje son muy rentables ya que la demanda aumenta por las nuevas tendencias en el maquillaje, siendo una gran alternativa para muchas mujeres que no pueden aplicarse un maquillaje básico para su diario vivir.

Para poder dar el servicio de los cursos de maquillaje no se necesita una temporada específica, se puede modificar a horarios flexibles, clases personalizadas y obteniendo beneficio de ellos. Las ganancias pueden ser estable y rentable ya que no hay un salario exacto para un maquillador profesional generando nuevos ingresos mensuales.

Los requerimientos técnicos para implementar cursos de maquillaje son muy importantes para su funcionalidad. Se tiene que considerar si realmente la persona que va a brindar las clases esta apta para impartir las clases y tiene que conocer los nivel

básicos y avanzados de cada alumno dando a conocer las prioridades que ellos necesitan.

Se necesita un lugar con las instalaciones adecuadas con buena iluminación y espacio, mesas y sillas, tocador o espejo y un baño disponible para brindar el servicio necesario para las personas que asistirán al curso presencial. Actualmente el Estudio VH no cuenta con un lugar amplio para brindar las clases presenciales. Se espera programar las clases con un mínimo de personas a asistir y se determinará el lugar para dichas asistencias.

Se tiene que detallar los materiales a utilizar por persona ya que van incluidos en el precio del curso de maquillaje, dar a conocer los tipos de técnica a utilizar o la temática que se dará por clase.

Se tiene que definir el valor financiero para poder implementar el nuevo servicio de cursos de maquillaje, tomando en cuenta modificaciones en las instalaciones actuales o para alquiler de un espacio recreativo y los materiales a utilizar en dicho curso tanto para la persona que brindara la clase y los alumnos.

CAPITULO III. OBJETIVOS

“Señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 37).

3.1 Objetivo general

Debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación. (Bernal, s. f.)

- Determinar la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en San Pedro Sula.

3.2 Objetivos específicos

Se desprenden del general y deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, es decir, que cada objetivo específico esté diseñado para lograr un aspecto de aquél; y todos en su conjunto, la totalidad del objeto general. (Bernal, s. f.)

- Definir la demanda de los cursos de maquillaje que tendrá el Estudio VH.
- Establecer los requerimientos técnicos que conlleva implementar cursos de maquillaje como nuevo servicio en Estudio VH.
- Demostrar la viabilidad financiera de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH.

CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO

El maquillaje es un tema con bastante relevancia que se ha estado dando a nivel mundial, cuyo objetivo es lograr que la mujer se vea más atractiva, tratando de verse con un aspecto juvenil, saludable, realzar su belleza y ocultar imperfecciones, en el mundo la presentación es un factor importante es por ello que el maquillaje ha sido muy útil para eventos especiales o para utilizarlo diario, asimismo el maquillaje apoya la autoestima de una persona ya que le otorga seguridad y de igual forma resaltar su belleza natural. Es por ello que el principal tema de este proyecto es sobre la implementación de cursos de maquillaje. Ya que muchas mujeres se ven en la necesidad de aplicarse maquillaje, pero no tienen el conocimiento suficiente.

El realizar un curso de maquillaje aporta información sobre técnicas, producto y tendencias. El capacitarse constantemente es indispensable para cumplir con el objetivo, además es una manera de abrir puertas a nuevos proyectos.

Muchos historiadores mantienen que Egipto fue la cuna del maquillaje. Los colores para los ojos eran tonos vivos que obtenían a base de mezclar tierra, cenizas y tinta. También frotaban su piel con arena del desierto.

Grecia fue la civilización de la belleza, con las conquistas de Alejandro Magno llega a Grecia el maquillaje que es usado, fundamentalmente por las cortesanas. Ellas se coloreaban la cara, se espolvoreaban de oro, blanco y rojo, teñían las cejas y prolongaban sus pestañas y marcaban el contorno de sus ojos. En Grecia la belleza femenina era considerada una purificación formal del cuerpo, las mujeres con el confín de embellecer se realizaron prácticas de belleza mediante el maquillaje en las clases altas. (Kuo_Uso_Admin, 2020)

En el siglo XIX la aparición del cine produce un cambio de mentalidad en las costumbres y el maquillaje se convierte en imprescindible. En los años 20 fue una época de revolución y liberación femenina en los que el maquillaje dio un giro de 360 grados, ahora no se buscaba perfección sino la provocación, y fue cuando la cosmética empezó a dar un gran abanico de posibilidades y con el desarrollo del cine todas las mujeres querían aspirar la belleza de las actrices. (*La evolución del maquillaje a lo largo de la historia*, s. f.)

En la actualidad el maquillaje está muy en tendencia, los que se encuentran en el mercado son maquillajes inteligentes, si se sabe escoger tendrá la piel protegida. Hoy en día el maquillaje forma parte del cuidado personal del día a día, en ese cuidado incluye, no dañar la piel, es importante confirmar la calidad de los productos a aplicar, para mantener un cuidado en la piel.

4.1 Microentorno

Incluye a todos los factores cercanos a la empresa que afectan, tanto positiva como negativamente, su capacidad para crear valor para los clientes y relaciones con ellos. (Armstrong & Mues Zepeda, 2013a)

Según Michel Porter, para poder determinar la rentabilidad y las consecuencias a largo plazo en un segmento de mercado existen cinco fuerzas potenciales las cuales son:



Figura 1 4.1 Fuerzas de Porter

(5 fuerzas de Porter - Qué es, definición y concepto | 2022 | Economipedia, s. f.)

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** La amenaza es alta ya que se encuentran nuevas empresas que ofrecen servicios similares.

El segmento de mercado es bastante amplio, sin embargo, existen empresas bien posicionadas en el mercado. Como solución a dicha desventaja, se pretende entrar al Mercado con un Nuevo modelo de negocio, el cual es clases de maquillaje personalizado, con el fin de lograr captar la atención del cliente, ya que casi no hay o son inexistentes este tipo de clases.

- **Amenaza de ingresos de productos sustitutos:** La amenaza es alta puesto que la variedad en el precio puede ser competitivo.

Es un factor que afecta en gran manera a la empresa en cuestión de precios del servicio ya que los consumidores tienden a decidirse por precios competitivos. Por ende, a la solución a este problema sería hacer ajustes al precio del servicio, invertir más en publicidad y marketing y así mejorar nuestros canales de venta.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Es bajo, ya que existen diferentes proveedores de maquillaje.

Cuando es un mercado más activo podemos ver lo fácil que es para nuestro proveedor variar precios, plazas de entrega y formas de pago. Así que a este problema pretendemos dar solución con una cartera más amplia de proveedores, establecer alianzas a largo con ellos, y tener un inventario más grande.

- **Poder de negociación de los consumidores:** Es alto, ya que el cliente puede cambiar a otra empresa por precio, calidad y servicios.

Cuanto más se organicen los consumidores, tengan más exigencias y condiciones es más importante el precio, calidad y servicio. Por ende, nuestra solución a este problema sería:

- Aumentar la inversión de marketing y publicidad
- Mejorar canales de venta
- Reducir el precio de nuestro servicio
- Incrementar nuestra calidad
- Darle un valor añadido a nuestro servicio, no solo enseñarles de maquillaje a nuestras clientas sino darles rutinas de cuidado de piel efectivas.

- **Rivalidad entre competidores:** Es alta, porque hay empresas existentes que ofrecen el mismo servicio de cursos.

La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, en nuestro rubro de clases de maquillaje no es tan grande, pero si hay competidores. La solución a este problema sería:

- Rebaja en nuestros costes fijos
- Asociarnos con otras organizaciones
- Mejorar la experiencia del cliente

4.2 Macroentorno

Consiste en fuerzas más amplias que afectan a los actores en el microentorno.

(Armstrong & Mues Zepeda, 2013b)

Un análisis PESTEL es un marco o herramienta utilizada por los profesionales de marketing para analizar y monitorizar los factores macro ambientales (entorno de marketing externo) que tienen un impacto en una organización. (2020)

Tabla 1 4.1 Análisis Pestel

<p>Factores Políticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nuevo gobierno - Políticas gubernamentales - Regulación en la competencia 	<p>Factores económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impuestos - Nuevas reformas monetarias - Covid-19 	<p>Factores Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción del cliente - Clases sociales
<p>Factores Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambios constantes - Innovación en el rubro 	<p>Factores Ecológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desastres naturales 	<p>Factores Legales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reglas Sanitarias por Covid-19 - Protección al cliente

- Técnicas nuevas		- Confidencialidad de datos
-------------------	--	-----------------------------

4.3 Teorías de sustento

Se genera la misma a través de un proceso sistemáticos y simultaneo de recolección y análisis de los datos. Hace referencia al área empírica propia de la investigación llevada a cabo. (Trinidad Requena et al., 2006)

Se realiza una investigación para determinar la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en la zona urbana de San Pedro Sula, se llevará a cabo una investigación no experimental por medio de encuestas aplicadas en línea.

Los resultados de la investigación proporcionarán evidencia que dará el sustento para determinar la rentabilidad de proyecto. Dando a conocer la demanda potencial y la capacidad comparativa real y demanda.

4.4 Conceptualización

- **Maquillaje:** es el acto y el resultado de maquillarse o maquillar, es decir apelar a productos cosméticos para cambiar la apariencia o embellecer el rostro. El maquillaje es utilizado para ocultar imperfecciones o resaltar ciertos rasgos.
- **Clientes:** es una persona o entidad que compro los bienes y servicios que ofrece una empresa, el cliente es el principal foco de cualquier empresa, por lo que todos los planes y estrategias deben enfocarse y desarrollarse en concordancia con ellos.
- **Tasa interna de retorno:** es la rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es el porcentaje de beneficio o perdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.
- **Viabilidad:** es un análisis que tiene por finalidad conocer la probabilidad que existe de poder llevar a cabo un proyecto con éxito, por tanto, ofrece información sobre si se puede o no llevar a cabo.

- **Cursos de maquillaje:** son programas académicos en los que los participantes aprenden técnicas de maquillaje asociados con la aplicación del mismo, que tipos de productos utilizar en los diferentes tipos de piel y como combinar colores para mejorar la fisionomía del rostro humano.
- **Gastos financieros:** son todas aquellas salidas de dinero en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas.
- **Gastos de ventas:** son aquellos gastos que se producen como consecuencia de la venta de un producto o servicio determinado.
- **Gastos administrativos:** son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa.
- **Inversión Inicial:** es el fondo de dinero necesario que una empresa pueda iniciar sus operaciones. Con dichos recursos, podrá adquirir los activos y realizar todos los tramites obligatorios para comenzar su actividad.
- **Encuesta:** es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos.

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

5.1 Congruencia metodológica

La matriz de congruencia es una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento. (Pedraza Rendón, s. f.)

5.1.1 Matriz metodológica

Es una estrategia metodológica valiosa que permite al investigador diseñar de forma general el proceso investigativo que va a emprender. Garantiza que cada uno de los componentes que están involucrados en la investigación, se correlacionen entre sí, es decir, que haya congruencia horizontal y vertical entre los elementos medulares de la investigación cualitativa. (*matriz_metodologica.pdf*, s. f.)

Tabla 2 5.2 Matriz metodológica

Titulo	Problema	Preguntas de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Hipótesis	Variables independientes	Variable dependiente
“Estudio de viabilidad para implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en San Pedro Sula”	¿Es viable implementar cursos de maquillaje en el Estudio VH?	1. ¿Cuál es la demanda de cursos de maquillaje que tendrá Estudio VH? 2. ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para implementar cursos de maquillaje como nuevo servicio en Estudio VH?	Determinar la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en San Pedro Sula.	1. Definir la demanda de los cursos de maquillaje que tendrá el Estudio VH. 2. Establecer los requerimientos técnicos que conlleva implementar cursos de maquillaje como nuevo servicio en Estudio VH.	Hi: Es viable implementar cursos de maquillaje en Estudio VH, si la TIR es 10% mayor o igual al costo de capital. Ho: No es viable implementar cursos de maquillaje		Tasa interna de retorno (TIR)

		3. ¿Es viable desde el punto financiero implementar cursos de maquillaje en Estudio VH?		3. Demostrar la viabilidad financiera de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH.	en Estudio VH, si la TIR es menor de 10% del costo de capital.		
--	--	---	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Operacionalización de las variables

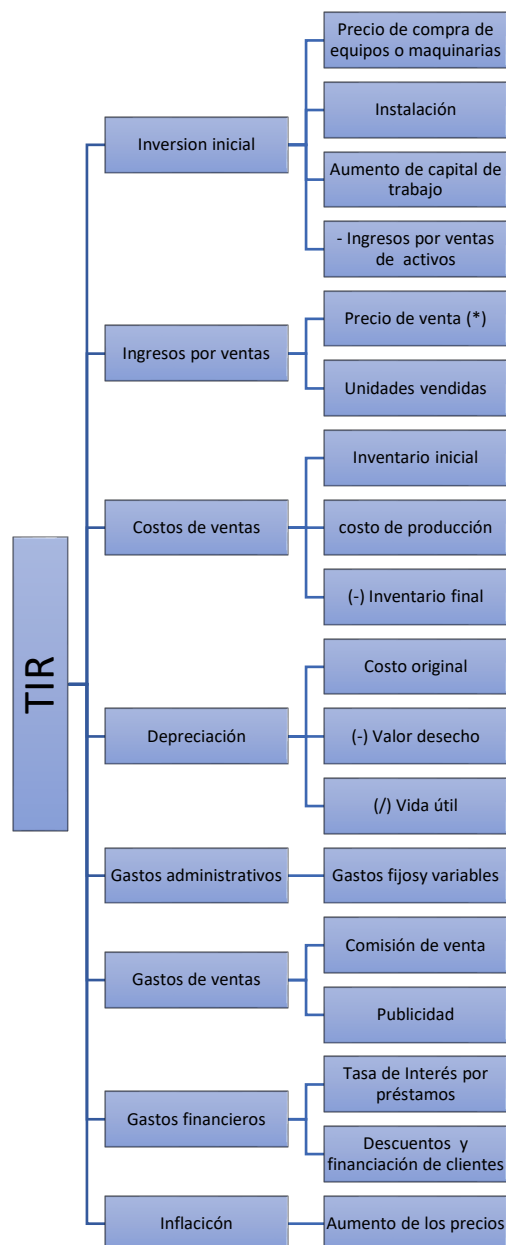


Figura 2 5.2 Operacionalización de las variables

5.2 Enfoque y métodos

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (Hernández Sampieri et al., 2010)

El enfoque de la investigación se define mixto ya que con lleva recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativo y cualitativos por la combinación de sus características

y procesos relacionados para determinar la implementación de los cursos de maquillaje en el Estudio VH.

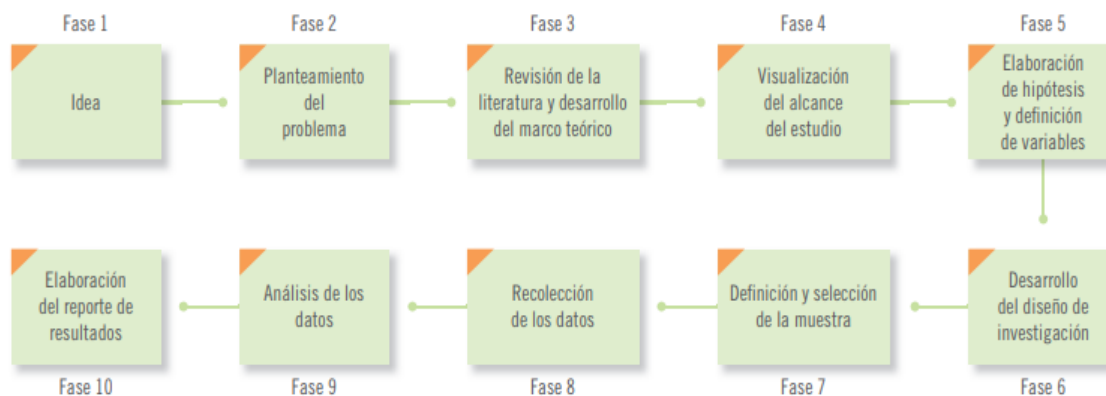


Figura 3 5.3 Fases del enfoque

Fuente: (Hernández Sampieri et al., 2010)

5.3 Alcance de la investigación

Investigación descriptiva busca especificar, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernández Sampieri et al., 2010)

Los estudios descriptivos buscan especificar características de un grupo donde únicamente se pretende recoger información de manera independiente. Su valor permite mostrar con precisión la situación.

5.4 Diseño de la investigación

Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. (Hernández Sampieri et al., 2010)

Investigación no experimental estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández Sampieri et al., 2010)

Este proyecto tiene un enfoque mixto con un diseño No Experimental, transversal y Descriptivo. Con el estudio no experimental se quiere conocer si es viable implementar

los cursos de maquillaje en el Estudio VH sin poder manipular la información conociendo su rentabilidad o no.

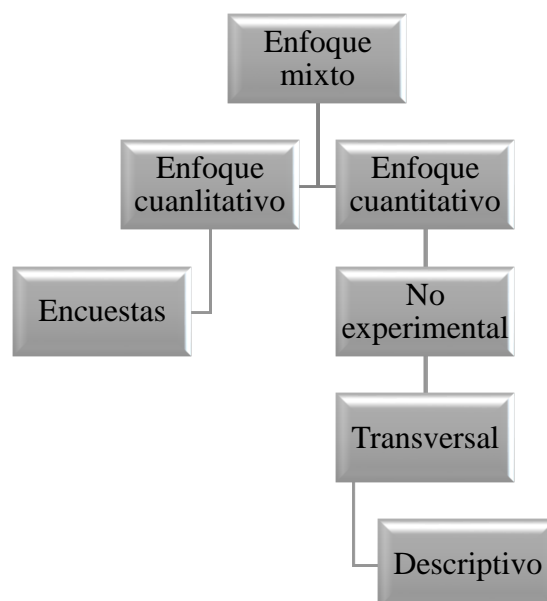


Figura 4 5.3 Diseño de investigación

Fuente: Elaboración propia

5.5 Población y muestra

Población: conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. (Hernández Sampieri et al., 2010)

Muestra: subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativos de está. (Hernández Sampieri et al., 2010)

5.5.1 Población total

La población total es de 176,735 mujeres de 18 a 44 años para determinar la implementación de cursos de maquillaje en la zona urbana de San Pedro Sula. (INE-HONDURAS::Redatam - Diseminación de Información Estadística, s. f.)

Tabla 3 5.3 Proyección de población año 2016

Proyecciones de población por área y sexo según grupos de edad (año 2016)									
Departamento : 05 Cortés					Municipio : 01 San Pedro Sula				
Grupos de Edad	Total			Urbano			Rural		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	726,294	333,134	393,160	682,850	309,603	373,248	43,444	23,531	19,912
00 - 04 Años	72,788	37,499	35,289	68,624	35,340	33,284	4,164	2,159	2,005
05 - 09 Años	78,695	40,232	38,463	73,413	37,518	35,895	5,282	2,715	2,567
10 - 14 Años	74,708	35,749	38,959	69,852	33,168	36,684	4,856	2,581	2,275
15 - 17 Años	44,343	19,832	24,511	41,560	18,345	23,215	2,783	1,487	1,296
18 Años	14,892	6,583	8,310	13,915	6,047	7,868	977	536	442
19 Años	14,619	6,294	8,325	13,715	5,827	7,888	904	467	437
20 - 24 Años	74,423	32,471	41,952	70,051	30,084	39,967	4,373	2,387	1,985
25 - 29 Años	73,671	32,131	41,540	69,458	29,803	39,655	4,213	2,328	1,885
30 - 34 Años	61,549	27,176	34,374	58,015	25,201	32,814	3,534	1,975	1,559
35 - 39 Años	50,497	22,400	28,097	47,586	20,796	26,790	2,911	1,604	1,307
40 - 44 Años	41,354	18,568	22,786	38,987	17,234	21,753	2,367	1,334	1,032
45 - 49 Años	32,252	14,574	17,677	30,428	13,547	16,881	1,824	1,027	797
50 - 54 Años	25,450	11,389	14,061	23,984	10,589	13,395	1,466	800	667
55 - 59 Años	19,403	8,448	10,955	18,303	7,856	10,447	1,100	592	508
60 - 64 Años	15,363	6,671	8,691	14,456	6,170	8,287	907	502	405
65 - 69 Años	11,599	4,792	6,807	10,951	4,415	6,536	648	377	271
70 - 74 Años	7,957	3,304	4,654	7,475	3,017	4,458	482	287	195
75 - 79 Años	5,544	2,300	3,244	5,208	2,108	3,100	335	191	144
80+ Años	7,187	2,722	4,465	6,870	2,539	4,330	317	183	135

(INE-HONDURAS::Redatam - Diseminación de Información Estadística, s. f.)

Tabla 4 5.4 Resumen de Proyección de población

Proyección de población por área urbana (mujeres) año 2016

Edad	Mujeres
18 años	7,868
19 años	7,888
20-24 años	39,967
25-29 años	39,655
30-34 años	32,814
35-39 años	26,790
40-44 años	21,753
Total	176,735

Fuente: Elaboración propia según datos INE

5.5.2 Muestra

Características de la muestra:

Tamaño de la muestra: El tamaño de la muestra se representa por el valor n -letra en minúscula-, cuyo valor está condicionado por el objetivo general que describe la población, y está dado en forma única por un modelo matemático que define y permite modelar numerosas investigaciones de diferente índole.

Margen de error: Medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población.

Nivel de confianza: Probabilidad de que el intervalo construido en torno a un estadístico capte el verdadero valor del parámetro. En este sentido, se establece que, a mayor valor del tamaño de intervalo, mayor es el tamaño de la muestra, tanto para distribuciones Poisson como Normal. (mesicic4_chl_const.pdf, s. f.)

Fórmula población infinita:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

n : tamaño de la muestra a determinar

p : probabilidad a favor 50% (0.5)

q : probabilidad encontrar 50% (0.5)

e : margen de error 5% (0.05)

Z : nivel de confianza 95% (1.96)

Fórmula aplicada

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

Tamaño de la muestra = 384 encuestas

5.6 Unidad de análisis

“Se les denomina también casos o elementos”. (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 172)

Se define la unidad de análisis por medio de personas, se delimita a la población de la zona urbana de San Pedro Sula, mayores de 18 años a 44 años interesadas en los cursos de maquillaje.

5.6.1 Unidad de respuestas

Tabla 5 5.5 Unidad de respuestas

Unidad de análisis	Criterios	Unidad de respuesta
¿Ha pagado por un curso de maquillaje en San Pedro Sula?	Necesidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
¿Usted pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH?	Deseo	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
¿Cuál de los siguientes cursos de maquillaje estaría dispuesto a pagar en estudio VH?	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica básica • Técnica avanzada
¿En cuál de los siguientes sectores le gustaría recibir los cursos en Estudio VH?	Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Sector noroeste S.P.S (Ubicación actual Estudio VH Colonia Jardines del Valle) • Sector noreste S.P.S • Sector suroeste S.P.S • Sector sureste S.P. S

<p>¿Cuál de las siguientes redes sociales le gustaría recibir publicidad del Estudio VH?</p>	<p>Publicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • WhatsApp • Tiktok • Radio • Prensa • Anuncio en televisión
---	--------------------	---

5.7 Técnicas e instrumentos aplicados

El uso de técnicas e instrumentos nos aseguran el hecho empírico de la investigación donde representa el camino a seguir en la investigación cuyo objetivo es resaltar la información útil para el apoyo a la toma de decisiones. (Hernández Sampieri et al., 2010)

La técnica de investigación a utilizar para este proyecto serán las encuestas, ya que nos permite realizar preguntas para conocer la opinión de la población acerca del proyecto de estudio, además nos permite analizar la información que sea recopilada de forma más rápida y precisa.

El instrumento utilizado para aplicar la encuesta será de forma digital a través de la aplicación Google Forms, lo cual es una aplicación gratuita donde nos permite elaborar encuestas en línea donde se pueden aplicar a través de las redes sociales como ser WhatsApp, Facebook e Instagram, lo cual las encuestas se estarán aplicando por medio de estas redes sociales.

5.7.1 Técnicas instrumento

Instrumento de medición recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. (Hernández Sampieri et al., 2010)



ENCUESTA SOBRE VIABILIDAD PARA IMPLEMENTAR CURSOS DE MAQUILLAJE EN ESTUDIO VH EN LA ZONA URBANA DE SAN PEDRO SULA.

Link: https://docs.google.com/forms/d/1iIJ0QNOWTL_m-GeRZtesuQk7fOUNchM-mZbBp_9Ky_g/edit

¿Cuál es su edad?

- Menor a 18 años (Finaliza encuesta)
- 18 a 24 años
- 25 a 29 años
- 30 a 34 años
- 35 a 39 años
- 40 a 44 años
- Más de 44 años (Finaliza encuesta)

1. ¿Cuál es su género?

- Femenino
- Masculino (Finaliza encuesta)

2. ¿En qué zona de San Pedro Sula reside?

- Zona Urbana
- Zona Rural (Finaliza encuesta)
- No vivo en S.P.S (Finaliza encuesta)

3. ¿Cuál de las siguientes opciones describe sus ingresos mensuales?

Ingresos mensuales
Menos de L 10,000.00
L 10,000.00 a L 15,000.00
L 15,000.00 a L 20,000.00
Más de L 20,000.00

4. ¿Ha pagado por un curso de maquillaje en San Pedro Sula?

Si

No (Pasar a la pregunta 7)

6. ¿En cuál de los siguientes Estudio o Academia adquirió cursos en San Pedro Sula?

Academia Miss Jackie

Celas Salón de Belleza Y Academia

Washington Academy

Academia las Amigas

Otros, especifique _____

7. ¿Usted pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH?

Si

No (Finaliza encuesta)

8. ¿Por qué medio asistiría al curso de maquillaje en Estudio VH?

Clases virtuales (Finaliza encuesta)

Clases presenciales

9. ¿Cuál de los siguientes cursos de maquillaje estaría dispuesta a pagar en Estudio VH?

Técnica básica (5 semanas, 10 clases, 2 veces por semana, 3 horas por sesión)

Técnica avanzada (5 semanas, 10 clases, 2 veces por semana, 3 horas por sesión)

10. ¿Qué rango de precios estaría dispuesta a pagar por una Técnica básica en el curso de maquillaje en Estudio VH? (Incluye materiales a utilizar).

Cursos (Duración de 5 semanas)	No me interesa	Rango de precio	Rango de precio	Rango de precio
Técnica básica (5 semanas, 10 clases, 2 veces por semana, 3 horas por sesión)		Menos de L 10,000.00	L 10,000.00 a L 12,000.00	Más de L 12,000.00

11. ¿Qué rango de precios estaría dispuesta a pagar por una Técnica avanzada en el curso de maquillaje en Estudio VH? (Incluye materiales a utilizar).

Técnica avanzada (5 semanas, 10 clases, 2 veces por semana, 3 horas por sesión)		Menos de L 15,000.00	L 15,000.00 a L 17,000.00	Más de L 17,000.00
--	--	-------------------------	------------------------------	-----------------------

12. ¿En cuál de los siguientes sectores le gustaría recibir los cursos en Estudio VH?

Sector noroeste S.P.S (Ubicación actual Estudio VH Colonia Jardines del Valle)

Sector noreste S.P.S

Sector suroeste S.P.S

Sector sureste S.P.S

13. ¿Cuál de los siguientes horarios estaría dispuesta a recibir el curso de maquillaje en Estudio VH? (Favor escoja los dos días donde le gustaría recibir el curso y a los demás días seleccionar no me interesa).

Lunes	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Martes	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Miércoles	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Jueves	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Viernes	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Sábado	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm
Domingo	No me interesa	9:00am – 12:00pm	1:00pm – 4:00pm	5:00pm – 8:00pm

14. ¿Cuál de los siguientes métodos de pagos considera indispensable para pagar el curso de maquillaje en Estudio VH?

Pagos en efectivo

Pagos en POS con tarjeta de crédito/débito

Transferencia electrónica

Pagos digitales por Link

Otros, especifique _____

15. ¿Cuál de las siguientes redes sociales le gustaría recibir publicidad del Estudio VH?

Facebook

Instagram

- WhatsApp
 Tiktok
 Radio
 Prensa
 Anuncio en Televisión
 Otros, especifique _____

16. ¿Qué otros cursos le gustaría recibir en Estudio VH?

- Laminado de cejas
 Encrespado de pestañas
 Pestañas pelo a pelo
 Permanente para cejas

5.8 Fuentes de información

Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación tiene relación con la obtención de la información, pues de ello depende la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y validez requiere cuidado y dedicación. (Bernal, s. f.)

5.8.1 Fuentes de información primarias

Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. (Bernal, s. f.)

Las fuentes primarias a utilizar en este proyecto son:

- Las encuestas serán aplicadas por medio de WhatsApp, Instagram y Facebook.

5.8.2 Fuentes de información secundarias

Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. (Bernal, s. f.)

Las fuentes secundarias para este proyecto son las siguientes:

CAPÍTULO VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Modelo de negocio

Según Osterwalder, Morris y Magretta, (2005): "Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación, comercialización y entrega de ese valor y el capital relacionado, para generar flujos de ingresos rentables y sostenibles". (Rodríguez, s. f.)

Modelo de negocios Canvas es una herramienta de gestión estratégica que sirve para organizar y definir el modelo de negocio de una empresa. (*Business Model Canvas*, s. f.)

Tabla 7 6.7 Modelo de negocios Canvas

<p>Socios clave: Proveedores de cosméticos</p> <p>Personal/Asistente para manejar las redes sociales</p>	<p>Actividades clave: Organización de las inscripciones del curso de maquillaje.</p> <p>Diseño de la publicidad a través de redes sociales.</p>	<p>Propuesta de valor: Brindar cursos de maquillaje especializados en técnicas básicas para los días cotidianos y técnicas avanzadas para eventos sociales.</p> <p>Contamos con instalaciones adaptables al momento de</p>	<p>Relaciones con clientes: Comunicación directa por Instagram (precios)</p> <p>Asistencia personal (directa) por WhatsApp (para agendar curso)</p> <p>Videos tutoriales.</p>	<p>Segmentos de cliente: Género: Mujeres</p> <p>Lugar: zona urbana de San Pedro Sula</p> <p>Edad: 18 a 44 años</p>
---	--	---	--	---

	<p>Recursos clave: Materiales para las clases de maquillaje (brochas, sombras de ojo, lápiz de ojo, labial, desmaquillante, toallas).</p> <p>Espacio adecuadas para impartir las clases.</p> <p>Mobiliarios adecuados para impartir las clases (mesas, sillas, espejos, baño).</p> <p>Personal capacitado para impartir los cursos.</p>	<p>realizar el maquillaje y los cursos, con un área amplia e iluminada con todo el equipamiento o y herramientas necesarias.</p>	<p>Canales de distribución: Local físico</p> <p>Redes sociales: Instagram Facebook, TikTok, WhatsApp</p>	
<p>Estructura de costes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos de local (Estudio) • Salario del personal • Publicidad • Gastos de transporte 		<p>Fuentes de ingresos: Cursos de maquillaje básicos y avanzados</p>		

6.1.1 Problema

El Estudio VH inicio operaciones en el año 2021, brindando únicamente el servicio de maquillajes básicos y paquetes de maquillaje para eventos sociales en San Pedro Sula.

Actualmente el objetivo de Estudio VH es expandirse implementando cursos de maquillaje para lograr un incrementar en sus ventas, posicionarse en el mercado local y obtener una nueva cartera de clientes potenciales en la zona urbana de San Pedro Sula.

Ante un problema del uso actual del maquillaje en las mujeres, hay muchas mujeres que no saben cómo maquillarse, no saben utilizar las mezclas de colores, no saben aplicar en orden correcta los productos y cuáles son los productos adecuados para su piel.

Sintiéndose afectadas emocionalmente por querer destacar entre las demás personas o querer verse bien.

6.1.2 Solución

En Estudio VH se ha tomado la decisión de implementar curso de maquillaje como un nuevo modelo de negocio, implementando maquillajes básicos y avanzados para eventos sociales.

Mediante este nuevo servicio muchas mujeres podrán obtener el conocimiento adecuado de cómo utilizar y aplicar el maquillaje de manera propia o en otras personas. Les permitirá sentirse bien, poder resaltar su belleza y estar actualizadas a las nuevas tendencias del maquillaje.

La forma de comercial el nuevo servicio será por las redes sociales como ser Facebook, Instagram, con publicidad pagada.

6.2 Visión de la empresa

Ser un Estudio reconocido en el mercado de San Pedro Sula que imparte cursos de maquillaje con un servicio de innovación en tendencias, técnicas y calidad para sus clientes.

6.3 Misión de la empresa

Impartir cursos de maquillaje con nuevas tendencias y técnicas actuales en el maquillaje, logrando la satisfacción personal de cada cliente.

6.4 Estudio de mercado

Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”. («ESTUDIOS DE MERCADO», 2014)

Para medir la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en la zona urbana de San Pedro Sula, se aplicará la recolección de datos mediante la técnica de encuestas aplicadas de manera virtual por medio de redes sociales como ser Instagram,

Facebook, WhatsApp donde se obtendrán un análisis cuantitativo de los resultados y la evaluación de cada respuesta.

6.4.1 Análisis de la competencia e industria

Una industria se define como un grupo de empresas que ofrece un producto o tipo de productos que son sustitutos próximos entre sí. (*Análisis de las industrias y de la competencia*, s. f.)

Competencia

se identifica los siguientes competidores para los cursos de maquillaje según resultados de la encuesta:

- Academia Miss Jackie con un porcentaje de participación 26.3%
- Washington Academy con un porcentaje de participación 10.5%
- Secia Sorto con un porcentaje de participación 10.5%

El 14.2% (9) de las mujeres han pagado un curso de maquillaje en San Pedro Sula y el 26.3% (5) de las mujeres recibieron el curso de maquillaje en Academia Miss Jackie con un alto porcentaje de participación.

6.4.2 Análisis del cliente

Es vital para el crecimiento de cualquier negocio. Sin embargo, el análisis debe basarse en algo, lo que significa que los datos que se recopilan son cruciales para este proceso. («Cómo realizar un análisis del cliente de forma efectiva», 2019)

El análisis obtenido de los resultados de la encuesta demuestra que la población de mujeres con más interés es de 18 a 24 años con un porcentaje de segmento de 58.9%.

El 41.7% reside en la zona urbana de San Pedro Sula.

El 37.3% de las mujeres describe que sus ingresos mensuales son menos de L10,000.00.

El 82.8% de nuestro segmento pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH.

El 70.3% está interesada en asistir a clases presenciales.

El 67.9% estaría dispuesta a pagar el curso de maquillaje con técnica básica y el 32.1% estaría dispuesta a pagar el curso de maquillaje con técnica avanzada.

En el rango de precio se dispone que 65 personas estarían dispuestas a pagar menos de L10,000.00 por un curso de técnica básica.

En el rango de precio se dispone que 55 personas estarían dispuestas a pagar menos de L15,000.00 por un curso de técnica avanzada.

El 71.8% le gustaría recibir los cursos en la ubicación actual Colonia Jardines del Valle en el sector noroeste de San Pedro Sula.

Horarios que estarían dispuestas a recibir el curso de maquillaje en Estudio VH:

Tabla 8 6.8 Tabla de horarios

Personas interesadas	Dia	Horario
21	lunes	5:00pm-8:00pm
20	martes	5:00pm-8:00pm
19	miércoles	5:00pm-8:00pm
21	jueves	5:00pm-8:00pm
22	viernes	5:00pm-8:00pm
22	sábado	9:00am-12:00pm
22	Domingo	1:00pm-4:00pm

EL 35.9% considera indispensable realizar los pagos por transferencia electrónica, el 33.3% pagos en efectivo y el 24.4% pagos en POS con tarjetas crédito/debito.

El 88.5% le gustaría recibir publicidad por Instagram.

El 42.3% le gustaría recibir otros cursos de laminado de cejas y también 42.3% encrespado de pestañas.

6.5 Resultados y análisis de la encuesta

A continuación, se presenta los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas a la población de mujeres de 18 a 44 años en la zona urbana de San Pedro Sula.

1. ¿Cuál es su edad?

384 respuestas

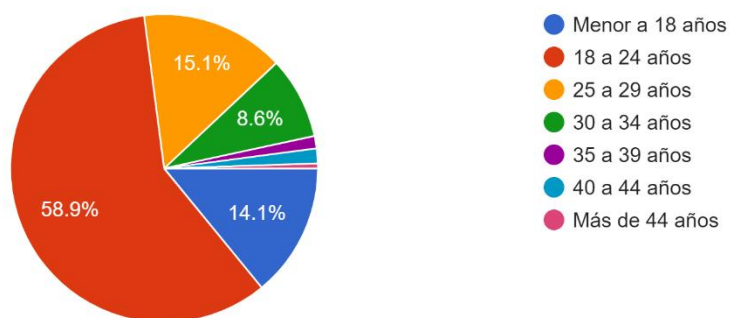


Gráfico 1 6.1 Edad

Análisis: El 59% de las personas encuestadas corresponde a la edad de 18 a 24 años, el 15.1% corresponde a la edad de 25 a 29 años, el 14.1% corresponde menores de edad de 18 años y el 8.6% corresponde a la edad de 30 a 34 años.

2. ¿Cuál es su género?

328 respuestas

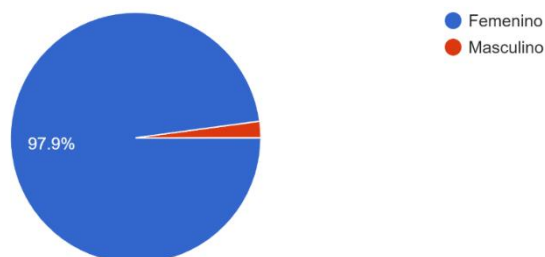


Gráfico 2 6.2 Género

Análisis: El 97.9% de las personas encuestadas corresponde al género femenino y el 2.1% corresponde al género masculino.

3. ¿En qué zona de San Pedro Sula reside?

321 respuestas

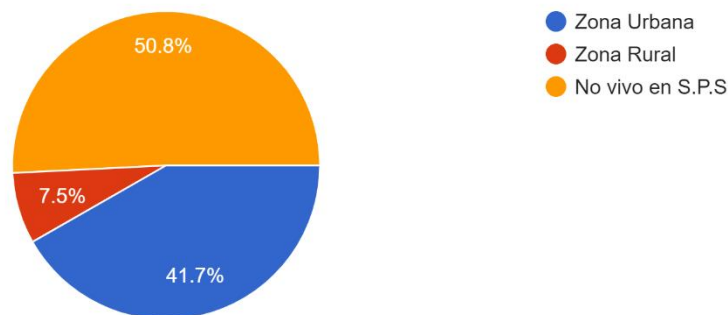


Gráfico 3 6.3 Zona

Análisis: El 50.8% de las personas encuestadas corresponde que no viven en S.P.S, el 41.7% corresponde a la zona urbana y el 7.5% corresponde a la zona rural.

4. ¿Cuál de las siguientes opciones describe sus ingresos mensuales?

134 respuestas

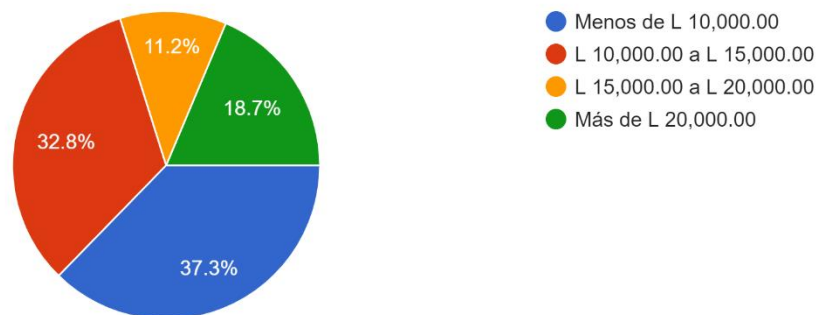


Gráfico 4 6.4 Ingresos mensuales

Análisis: El 37.3% de las personas encuestadas corresponde que sus ingresos son menos de L 10,000.00, el 32.8% corresponde que sus ingresos son entre L10,000.00 a L15,000.00, el 18.7% corresponde que sus ingresos son más de L 20,000.00 y el 11.2%

corresponde que sus ingresos son entre L15,000.00 a L20,000.00.

5. ¿Ha pagado por un curso de maquillaje en San Pedro Sula?

134 respuestas

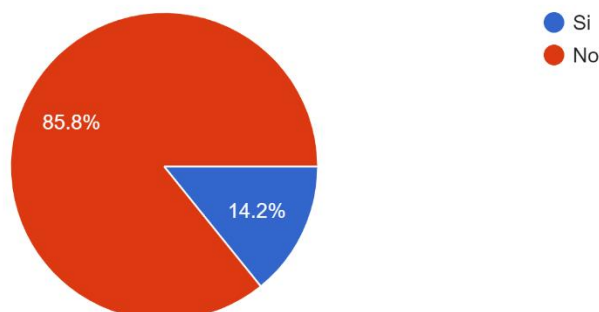


Gráfico 5 6.5 Pagado por un curso

Análisis: El 85.8% de las personas encuestadas corresponde que no han pagado por un curso de maquillaje y el 14.2% corresponde que si ha pagado un curso de maquillaje.

6. ¿En cuál de los siguientes Estudio o Academia adquirió cursos en San Pedro Sula?

19 respuestas

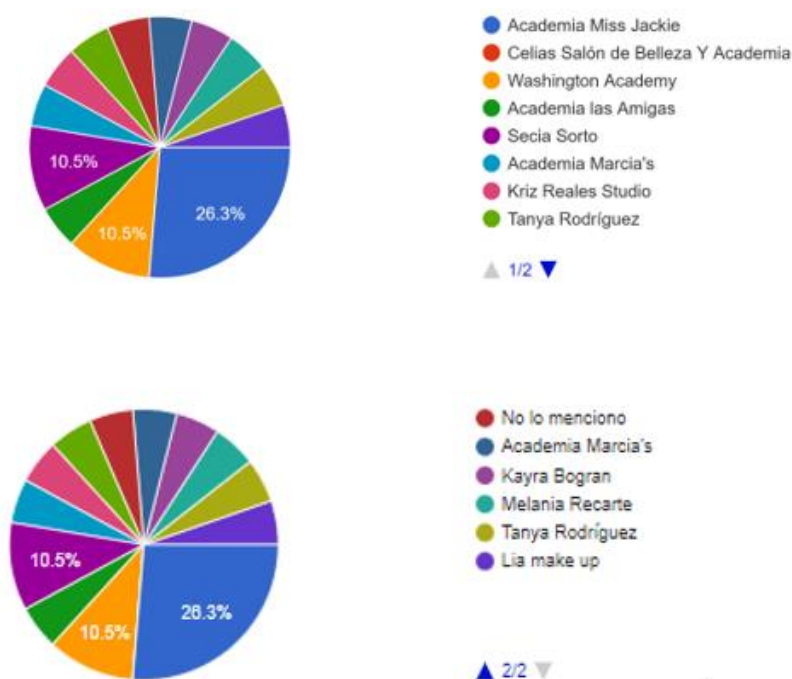


Gráfico 6 6.6 Adquirió cursos

Análisis: El 26.3% de las personas corresponde que adquirió cursos en Academia Miss Jackie, el 10.5% corresponde que recibieron que adquirió cursos en Washington Academy y 10.5% en la categoría de otros fue en Secia Sorto.

7. ¿Usted pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH?

134 respuestas

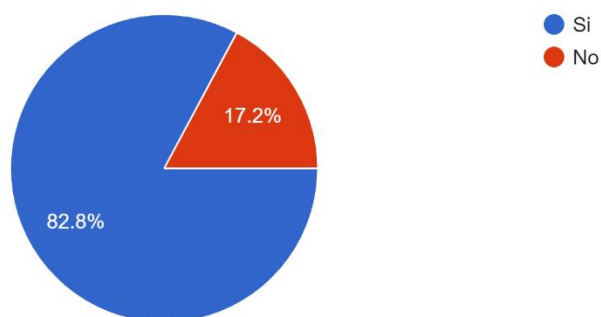


Gráfico 7 6.7 Pagaría un curso

Análisis: El 82.8% de las personas corresponde que si pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH y el 17.2% corresponde que no pagaría un curso de maquillaje en Estudio VH.

8. ¿Por qué medio asistiría al curso de maquillaje en Estudio VH?

111 respuestas

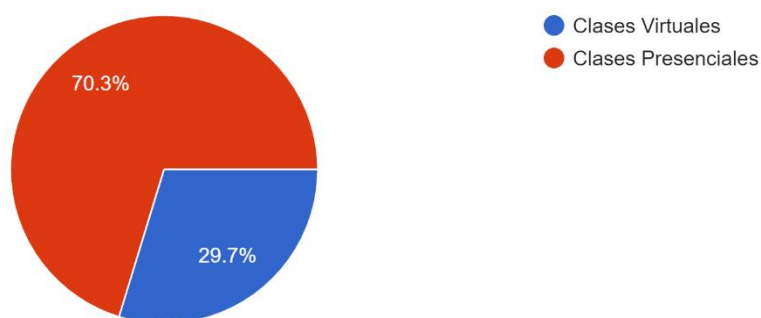


Gráfico 8 6.8 Medio asistiría al curso

Análisis: El 70.3% de las personas corresponde que asistirían a clases presenciales y el 29.7% corresponde que asistirían a clases virtuales.

9. ¿Cuál de los siguientes cursos de maquillaje estaría dispuesta a pagar en Estudio VH?
78 respuestas



Gráfico 9 6.9 Dispuesta a pagar

Análisis: El 67.9% de las personas corresponde que estarían dispuestos a pagar técnicas básicas y el 32.1% corresponde que estarían dispuestos a pagar técnicas avanzadas.

10. ¿Qué rango de precios estaría dispuesta a pagar por una Técnica básica en el curso de maquillaje en Estudio VH? (Incluye materiales a utilizar).

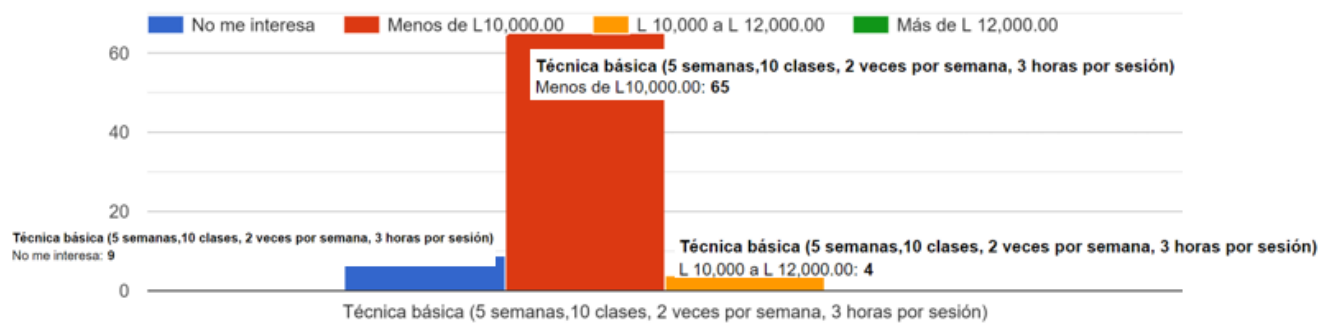


Gráfico 10 6.10 rango de precios técnica básica

Análisis: Corresponde que 65 personas estarían dispuestas a pagar menos de L10,000.00 en técnicas básicas, a 9 personas no le interesa y 4 personas estarían dispuesta a pagar entre L10,000.00 a L12,000.00.

11. ¿Qué rango de precios estaría dispuesta a pagar por una Técnica avanzada en el curso de maquillaje en Estudio VH? (Incluye materiales a utilizar).



Gráfico 11 6.11 rango de precios a pagar por técnica avanzada

Análisis: corresponde que 55 personas estarían dispuestas a pagar menos de L15,000.00 por técnicas avanzada, a 17 personas no le interesa y 6 personas estarían dispuesta a pagar entre L15,000.00 a L17,000.00.

12. ¿En cuál de los siguientes sectores le gustaría recibir los cursos en Estudio VH?

78 respuestas

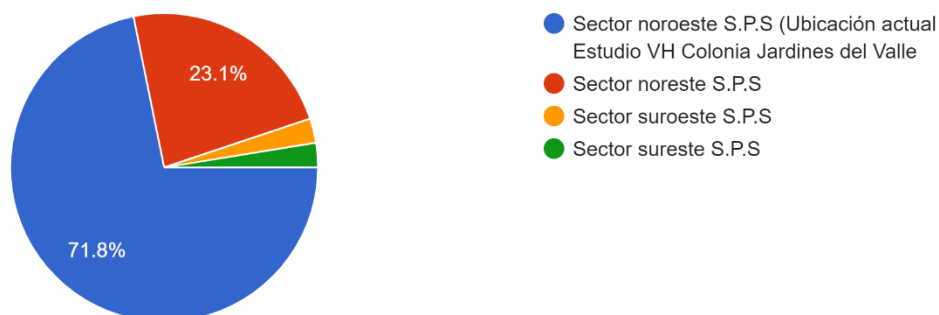


Gráfico 12 6.12 Sectores

Análisis: El 71.8% de las personas recibirían el curso en sector noroeste de S.P.S, ubicación actual del Estudio VH y el 23.1% corresponde en el sector noreste de S.P.S.

13. ¿Cuál de los siguientes horarios estaría dispuesta a recibir el curso de maquillaje en Estudio VH? (Favor escoja los dos días donde le gustaría recibir el curso y a los demás días seleccionar no me interesa).

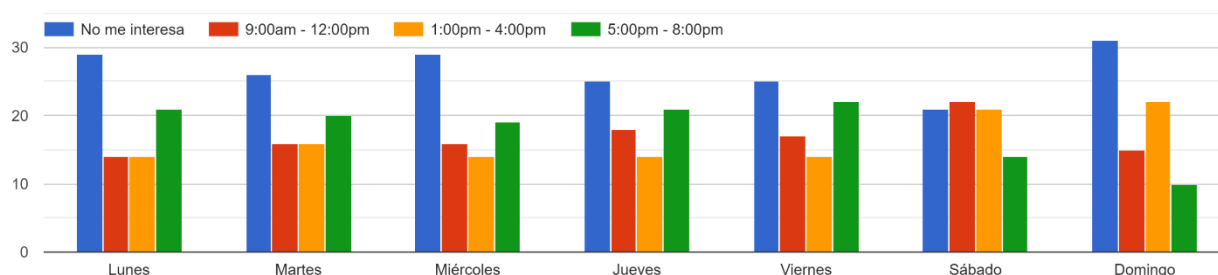


Gráfico 13 6.13 Horarios

Análisis: Se analiza que el mejor horario que estarían dispuestos a recibir el curso de maquillaje de lunes a viernes de 5:00pm – 8:00pm, el sábado 9:00am – 12:00pm y domingo de 1:00pm – 4:00pm.

14. ¿Cuál de los siguientes métodos de pagos considera indispensable para pagar el curso de maquillaje en el Estudio VH?

78 respuestas

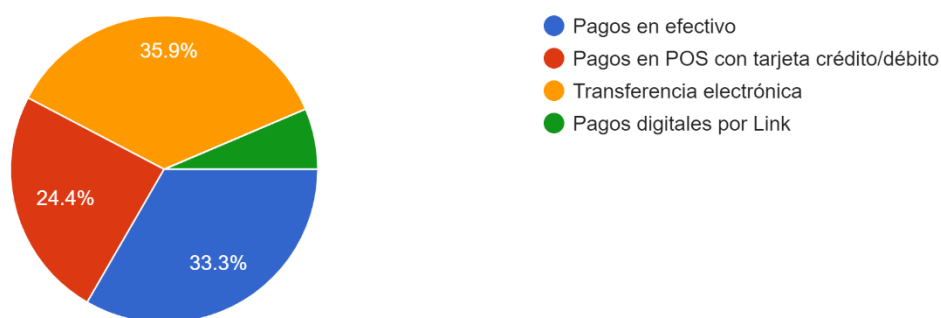


Gráfico 14 6.14 Métodos de pago

Análisis: El 35.9% de las personas considera el pago por transferencia electrónica, el 33.3% considera el pago por efectivo y el 24.4% considera el pago en POS.

15. ¿Cuál de las siguientes redes sociales le gustaría recibir publicidad del Estudio VH?

78 respuestas

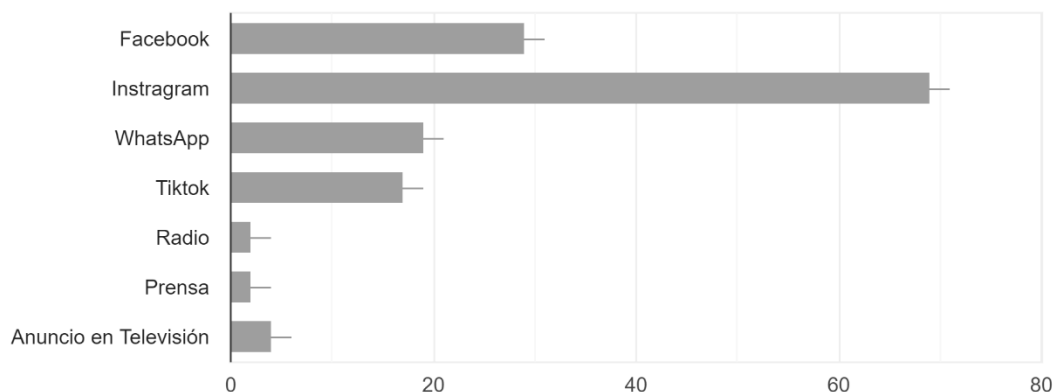


Gráfico 15 6.15 Redes sociales

Análisis: La mejor opción para la publicidad en redes sociales es Instagram.

16. ¿Qué otros cursos le gustaría recibir en Estudio VH?

78 respuestas

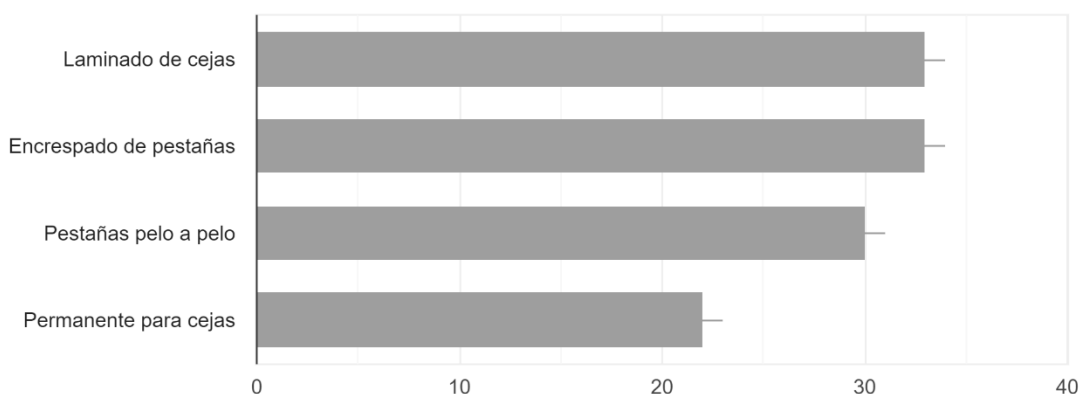


Gráfico 16 6.16 Publicidad

Análisis: Otros cursos que les gustaría recibir en Estudio VH sería laminado de cejas y encrespado de pestañas.

6.6 Calculo de la demanda potencial

Tabla 9 6.9 Estimación Demanda objetiva

Estimación de la demanda objetivo			
Por el método de investigación de mercado			

Población infinita	176,735.00	Mujeres de 18 a 44 años de edad, en la zona urbana de San Pedro Sula
Necesidad	¿Ha pagado un curso de maquillaje en San Pedro Sula	14.20% Mujeres de 18 a 44 años han pagado un curso de maquillaje.
Deseo	¿Usted pagaría un curso de maquillaje en el estudio VH?	100% Mujeres de 18 a 44 años pagarían un curso de maquillaje.
Demanda	¿Cuál de los siguientes cursos de maquillaje estaría dispuesto a pagar en estudio VH?	67.90% Mujeres de 18 a 44 años estas interesadas en pagar un curso de maquillaje de técnica básica.
Necesidad	Mujeres de 18 a 44 años que han pagado un curso de maquillaje	25,096 Mujeres de 18 a 44 años que han pagado un curso de maquillaje.
Deseo	Mujeres de 18 a 44 años que pagarían un curso de maquillaje	20,780 Mujeres de 18 a 44 años que pagarían un curso de maquillaje.
Demanda	Mujeres de 18 a 44 años estas interesadas en pagar un curso de maquillaje de técnica básica	20,780 Mujeres de 18 a 44 años están interesadas en pagar un curso de maquillaje

			de técnica básica
	Demanda potencial en porcentaje	11.76%	Porcentaje de mujeres

Tabla 10 6.10 Demanda potencial

Demanda potencial		
	Curso técnica básica	Curso técnica avanzada
Población de mujeres en la zona urbana de San Pedro Sula	176,735	176,735
Personas que han pagado un curso de maquillaje	14.2%	14.2%
Consumo de cursos maquillaje	82.8%	82.8%
Rango de precios del curso de maquillaje	67.9%	32.1%
Publicidad en Instagram	88.5%	88.5%
Ubicación actual del Estudio VH	71.8%	71.8%
Cantidad de mujeres por atender al año	53	25

6.6.1 Comparativo

Tabla 11 6.11 Comparativo demanda y venta

Comparativo			
Servicio	Demanda	Venta	% participación
Curso técnica básica	111	53	47.75%
curso técnica avanzada	111	25	22.52%

6.7 Estrategias de mercadeo y ventas

El marketing mix es una herramienta que desempeña funciones organizativas que contribuyen a la relación con los clientes y a la capacitación de nuevos públicos. Lo cual es un conjunto de herramientas y principios que modifican el funcionamiento de una empresa o del mercado. (Cesuma, s.f.)

- **Producto**

El estudio de maquillaje VH brindara sus servicios de maquillaje con productos de una gama alta y de calidad, con un asesoramiento personalizado.

- **Precio**

Para fijación del precio se debe tomar en cuenta que todo varía dependiendo del servicio que el cliente requiera.

- Para el precio de maquillaje se fijará un precio base para todos los clientes, sin embargo, el precio cambiará dependiendo el tipo de maquillaje que se requiera por ejemplo una recreación, un diseño natural o un diseño de noche.
- Para los cursos de maquillaje se fijará en base a qué tipo de técnica estaría adquiriendo, ya sea técnica básica o técnica avanzada.

- **Plaza**

El estudio de maquillaje VH cuenta con local físico donde brinda sus servicios de lunes a domingo, con cita previa. Se trabaja de esta forma ya que los clientes requieren de sus servicios para eventos especiales.

- **Promoción**

La promoción se llevará a cabo mediante publicidad por los medios que poseen de mayor alcance y aceptación y que implique un menor costo para el estudio, lo cual se estará realizando mediante la red social de Instagram.

El objetivo de nuestra publicidad es dar a conocer nuestros servicios y lograr una buena participación en el mercado, crear y mantener una imagen adecuada y así poder incrementar nuestros ingresos.

6.8 Estudio técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas, en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (School, s. f.)

6.8.1 Ubicación de instalaciones

El Estudio VH, se encuentra ubicado en la Colonia Jardines del Valle en el sector noroeste ciudad de San Pedro Sula, Cortés.

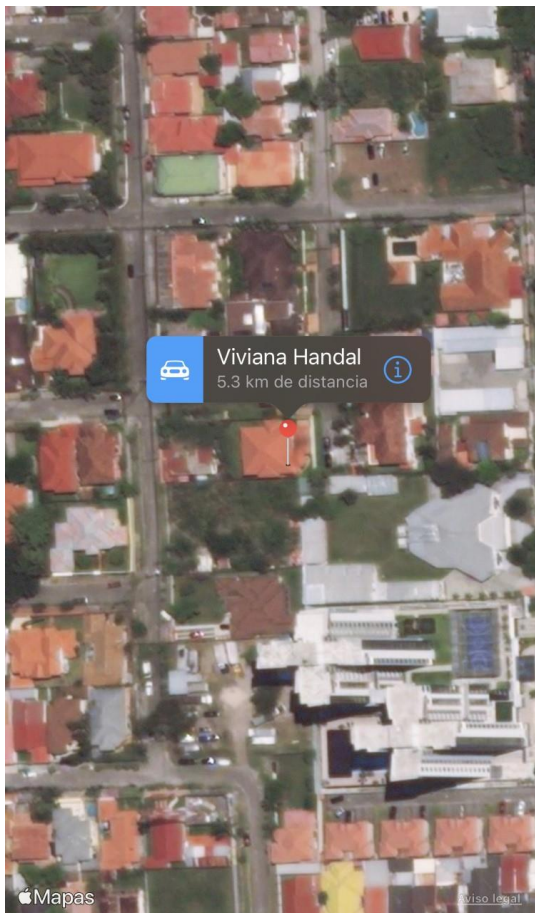


Figura 5 6.4 Mapa satélital

Fuente: Google Maps

6.8.2 Diseño de las instalaciones

El Estudio VH tiene una capacidad aproximada para 8 personas en total.

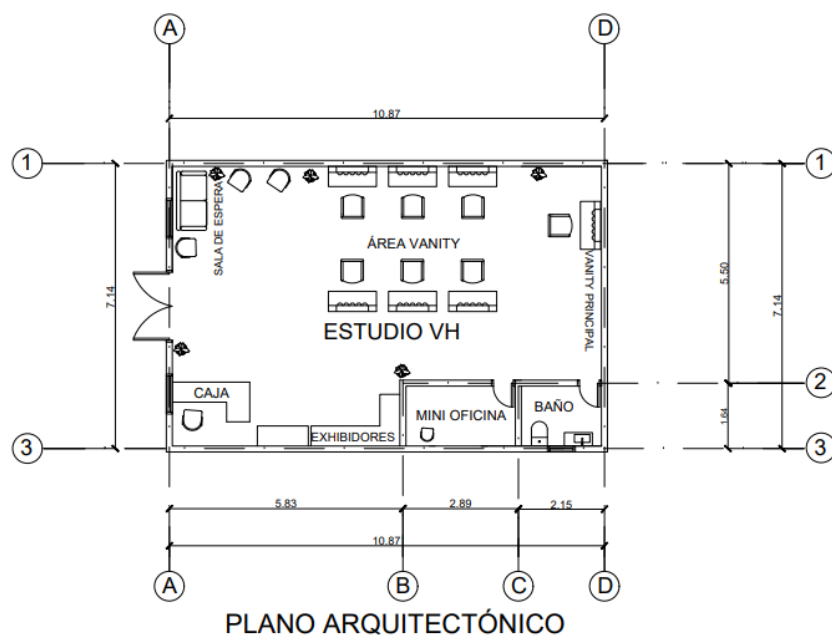


Figura 6 6.5 Diseño de instalaciones

Fuente: Elaboración propia

6.9 Capacidad instalada

Tabla 12 6.12 Capacidad instalada

Capacidad instalada promedio		
	Cursos técnica básica	Cursos técnica avanzada
Metros disponibles	50	50
Espacio de aula	1	1
Cantidad de colaborador	1	1
Total horas laborales al mes	176	176
Cantidad de alumnos por colaborador al año	96	24
Cantidad de alumnos por colaborador al mes	8	2

6.10 Capacidad real

Tabla 13 6.13 Capacidad real

	Demanda	Real
Curso técnica básica	53	96
Curso técnica avanzada	25	24
Total annual	78	120

Capacidad	65%	

6.11 Comparativo capacidad real y demanda

Tabla 14 6.14 Comparativo capacidad real y demanda

Cursos	Capacidad de interesados/ cursos	Demanda	Real	% Real
Técnica básica	111	78	53	68%
Técnica avanzada	111	78	25	32%

6.12 Equipo de requerido

Tabla 15 6.15 Equipo requerido

	Participantes	Promedio de venta	Mes	1 año
Curso técnica básica	53	L.5,000.00	L.22,083.33	L.265,000.00
curso técnica avanzada	25	L.7,500.00	L.15,625.00	L.187,500.00
Total			L.37,708.33	L.452,500.00

6.13 Organización

El Estudio VH, está formada de la siguiente manera: Gerente e Instructor de maquillaje y asistente administrativo.

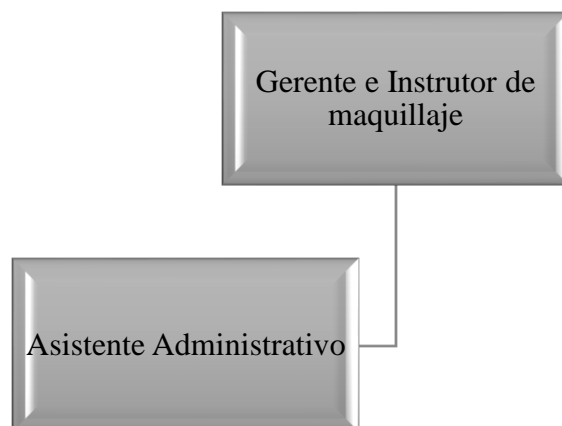


Figura 7 6.6 Organigrama

6.13.1 Descriptores de puestos

Tabla 16 6.16 Descriptores de puesto

Fecha creación:	5/6/2022
-----------------	----------

Nombre del Puesto:	Propietario e instructor de maquillaje
--------------------	--

Departamento:	Administración
---------------	----------------

Jefe inmediato:	
-----------------	--

Puestos a su cargo	1
--------------------	---

Número de empleados a su cargo	1
--------------------------------	---

Objetivo del puesto	
Representante de la dirección de la empresa e instructor de clases de maquillaje.	
Funciones diarias del puesto	

Funcion o actividad	Tiempo por actividad	Repetición	Total de tiempo diario
Definir políticas y objetivos organizacionales	60 minutos	1	60 minutos
Cursos de maquillaje	60 minutos	6	360 minutos
Organizar registros contables	40 minutos	1	40 minutos
Elaborar planilla	30 minutos	1	30 minutos
Análisis financieros	50 minutos	1	50 minutos
Control de actividades	45 minutos	1	45 minutos
Total de horas por puesto			585 minutos

Relación con otros departamentos

Departamento	Actividad	Tiempo por actividad	Num. Repetición	Total de tiempo diario
Asistente administrativo	Control de citas	20 minutos	3	60 minutos
	Impartición de clases	60 minutos	3	180 minutos
	Facturación	15 minutos	2	30 minutos

Habilidades y conocimientos requeridos

Area	Habilidad o experiencia	Años de experiencia
Contable	Ciclo contable de la empresa	2 años

Administración	Recursos tangible e intangible	2 años
Instructor de maquillaje	Sentido de estética, creatividad, habilidades de dibujo, modelación	1 año

Información del candidato			
Genero	Femenino	Vehículo propio	Si
Edad	20 años a 30 años	Cambio de residencia	No
Nivel de estudio	Pregrado	Disposición para viajar	Si
Título	N/A	Horario laboral	8:00AM-5:00PM
Certificaciones	Curso de maquillaje profesional/básico	Rango salarial	20,000

Tabla 17 6.17 Descriptores de puesto

Fecha creación:	5/6/2022
-----------------	----------

Nombre del Puesto:	Asistente administrativo
--------------------	--------------------------

Departamento:	Ventas
---------------	--------

Jefe inmediato:	Gerente e Instructor de maquillaje
-----------------	------------------------------------

Puestos a su cargo	1
--------------------	---

Número de empleados a su cargo	1
--------------------------------	---

Objetivo del puesto
Apoyar en la impartición de clases de maquillaje, tareas diarias

y administrativas, dar soporte directo al jefe, mantener el orden en el estudio			
Funciones diarias del puesto			
Funcion o actividad	Tiempo por actividad	Repetición	Total de tiempo diario
Impartición de clases	60 minutos	3	180 minutos
Control decitas	60 minutos	2	120 minutos
Control de clases	45 minutos	1	45 minutos
Total de horas por puesto			345 minutos

Relación con otros departamentos				
Departamento	Actividad	Tiempo por actividad	Num. Repetición	Total de tiempo diario
Propietario	Control de citas	20 minutos	3	60 minutos
	Impartición de clases	60 minutos	3	180 minutos
	Facturación	15 minutos	2	30 minutos

Habilidades y conocimientos requeridos		
Area	Habilidad o experiencia	Años de experiencia
Ventas	Experiencia en aplicación de maquillaje, ventas, contabilidad	3 años

Información del candidato			
Genero	Femenino	Vehículo propio	Si
Edad		Cambio de residencia	No
Nivel de studio	Pregrado	Disposición para viajar	Si
Titulo	N/A	Horario laboral	8:00AM-5:00PM
Certificaciones	Curso de maquillaje profesional/básico	Rango salarial	16,000

6.13.3 Tabla de sueldos

Tabla 18 6.14 Tabla de sueldos

Recursos Humanos	Cantidad	Salario Mensual	Décimo tercer mes	Décimo cuarto mes	Cesantía	Total año
Gerente e Instructor	1	20,000	20,000	20,000	24,000	304,000
Asistente administrativo	1	16,000	16,000	16,000	19,200	243,200
IHSS 2.5%						10,800
RAP 1.5%						6,480
Total RR.HH						564,480

6.14 Estudio Financiero

Estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, proceso por el cual se analiza la viabilidad de un proyecto, tomando como base los recursos económicos que se tienen disponibles y el coste total del proceso de producción, su finalidad es permitir ver si el proyecto es viable en términos de rentabilidad económica. (Pérez, 2021)

6.14.1 Cálculo de inversión inicial

Para dar inicio al proyecto se requiere realizar una inversión inicial para el acondicionamiento del local, el cual consiste en adecuación de la luz, pintura y mejorar el ambiente de trabajo. El local al tener unos 50 metros cuadrados para mejorar, se estima un promedio de 1,000 de acondicionamiento por metro. Se incluye además mobiliario de oficina para la atención de las actividades de los cursos y los aspectos legales a cubrir. Se estima una inversión aproximada de L.431,370.

Tabla 19 6.19 Inversión inicial

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Instalaciones				50,000
Acondicionamiento de local para cursos	Metros	50	1,000	50,000
Mobiliario para oficina				37,500
Escritorio	Unidad	2	3,000	6,000
Sillas de espera	Unidad	6	1,200	7,200
Sillas de oficina	Unidad	2	150	300
Computadoras	Unidad	2	12,000	24,000

Área de cursos				87,150
Mesas para maquillaje	Unidad	2	12,500	25,000
Pizarras	Unidad	2	1,500	3,000
Espejos iluminados	Unidad	5	4,500	22,500
Iluminación remota	Unidad	5	850	4,250
Espejos portátiles	Unidad	10	300	3,000
Sillas	Unidad	12	1,200	14,400
Sillas de maquillaje	Unidad	2	7,500	15,000
Otros				256,720
Escritura de constitución	Trámite	1	5,000	5,000
Permisos de operación	Permisos	1	8,000	8,000
Marcas y diseños	Diseños	1	12,000	12,000
Capital de trabajo	Meses	3	77,240	231,720
Inversión total				L.431,370

6.14.2 Cálculo de coste medio ponderado del capital (CMPC)

Se ha calculado el costo medio ponderado del capital, factor que servirá para comparar con la TIR y conocer la rentabilidad del proyecto. Para ello se ha calculado inicialmente el TREMA que es parte de la fórmula del CMPC (costo medio ponderado del capital) además se han usado datos de la tasa de impuestos (25% para servicios), interés que cobraría el banco y porcentajes de inversión para un valor de 12%.

La TREMA es el porcentaje mínimo que se está dispuesto a percibir por el dinero invertido en el proyecto y considera factores como tasa de interés, riesgo y otros según la fórmula:

$$K^{\wedge} = krf + (km - krf)b$$

Donde:

K^{\wedge} = Tasa esperada de rendimiento

krf = Tasa libre de riesgo

km = Tasa de mercado

b (Beta) = Riesgo de mercado

Para el proyecto:

krf = Según el valor de los Bonos del BCH, igual a 7.20% se consideró un aumento de 3% para el cálculo por el riesgo mayor (10.2).

k_m = Tasa de mercado, se consideró un 14%, ya que es el valor que podría pagar un banco privado con muy poco riesgo=

b (Beta)= Riesgo de mercado, se consideró un b de 2, que corresponde al doble de riesgo de mercado

$$TREMA = 10.20 + (14 - 10.20) \cdot 2$$

$$TREMA = 18\%$$

CMPC

Tabla 20 6.20 CMPC

Tasa de impuestos:	25%
Interés promedio de la deuda:	14%
Deuda:	80%
Capital de los socios:	20%
TREMA: 18%	18%
$WACC = [(1 - \text{Tasa de impuestos}) \times (\text{Interés promedio de la deuda}) \times (\text{Deuda} \div (\text{Deuda} + \text{Equity}))] + [(\text{TREMA}) \times (\text{Equity} \div (\text{Deuda} + \text{Equity}))]$	
WACC	12.00%

6.14.3 Cálculo de gasto financiero y amortización de préstamo

Los gastos financieros para el inicio del proyecto son producto del financiamiento del 70% de la inversión, este valor ha sido decidido por los socios y será obtenido a través de una línea de crédito bancaria a una tasa de interés de 14% y un plazo de 5 años para minimizar la letra a pagar.

Tabla 21 6.20 Gastos financieros

Valor a Financiar	L. 345,096.00
Número de Pagos mensuales	60
Tasa Interés anual	14%
Cuota Mensual	8,029.78

La amortización del crédito se realizará a 5 años mediante el método de cuota nivelada, esta cuota será de L. 8,029.78 al mes, mientras que al año representa L.96,357.36

Tabla 22 6.21 Amortización

Detalle del pago	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuota anual	96,357.36	96,357.36	96,357.36	96,357.36	96,357.36
Intereses	45,107.53	37,453.77	28,656.99	18,546.48	6,926.05
Capital	51,249.84	58,903.59	67,700.37	77,810.88	89,431.32

6.14.4 Cálculo de ingresos

Considerando la población $176,735 \times 7.98\%$ (de la proyección de demanda), se estima una demanda de 14,103 mujeres con intención de tomar el curso, de estas se han excluido todas aquellas que pagarían menos de L.10,000 por el curso básico y menos de L.14,000 por el curso avanzado, ya que debido a la experiencia se valora en L.11,000 y L.16,000 respectivamente debido a la calidad del curso y la población de clientes que se estima tener.

Con esos datos, se estima que 723 mujeres pagarían el curso básico y 1,085 el avanzado, de estas debido a la capacidad instalada, se espera atender 96 participantes al año (8 al mes) en el curso básico y 24 (2 al mes) en el avanzado para una proyección de 1.4 millones de lempiras con una tasa de crecimiento del 10% anual.

Tabla 23 6.22 Proyección de ingresos

Evento	Población	Dispuestos a pagar el monto máximo	Participantes a capacitar	Pago promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	% de la demanda
Cursos técnica básica	14,103	723	96	11,000	1,056,000	1,161,600	1,277,760	1,405,536	1,546,090	13%
Cursos técnica avanzada	14,103	1,085	24	16,000	384,000	422,400	464,640	511,104	562,214	2%
Totales		1,808			1,440,000	1,584,000	1,742,400	1,916,640	2,108,304	15%

EL detalle de los ingresos por mes y año se detallan a continuación:

Tabla 24 6.23 Ingresos anuales

Servicio	Total Mes	Total Año
Cursos técnica básica	8	96
Cursos técnica avanzada	2	24
Precio de venta		
Cursos técnica básica	11,000.0	132,000
Cursos técnica avanzada	16,000.0	192,000
Total ingresos mes		

Cursos técnica básica	88,000	1,056,000
Cursos técnica avanzada	32,000	384,000
Ingreso Total	120,000	1,440,000

6.14.5 Cálculo de costos del servicio

Se consideran los insumos que se facilitan a cada participante y el cual va incluido en el pago de cada uno de los cursos sea básico o avanzado. El costo del kit es de L.1536.00, y se requiere uno para el básico y 2 para el avanzado.

Tabla 25 6.24 Costo del servicio

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Kit de maquillaje para curso básico	Kit	1	1,536	L. 1,536
Kit de maquillaje para curso avanzado	Kit	2	1,536	L. 3,072

Al realizar la proyección de costos variables, considerando los cursos a ofrecer al mes y año, estos ascienden a L.221,184 al año, por la realización de 120 cursos de maquillaje tanto de técnica básica como de técnica avanzada.

Tabla 26 6.25 Costo de variables

Servicio (cantidad)	Costos variables al mes	Costo total año
Cursos técnica básica	8	96
Cursos técnica avanzada	2	24
Costo promedio		
Cursos técnica básica	1,536	18,432
Cursos técnica avanzada	3,072	36,864
Total Costos mes		
Cursos técnica básica	12,288	147,456
Cursos técnica avanzada	6,144	73,728
Costo Total	18,432	L. 221,184

6.14.6 Cálculo de gastos administrativos

Los gastos de administración están integrados por los salarios del personal, los gastos generales y gastos en aspectos de mercadeo. Estos ascienden a L.926,880 al año y L.77,240 al mes.

Tabla 27 6.26 Costo totales

Costo fijo	Mes	Año
Recursos humanos		
Gerente e instructor	25,333	L. 304,000
Asistente administrativo	20,267	L. 243,200

IHSS 2.5%	900	L. 10,800
RAP 1.5%	540	L. 6,480
Total RR.HH	47,040	L. 564,480
Gastos generales		
Electricidad	7,500	L. 90,000
Agua	500	L. 6,000
Teléfono	1,200	L. 14,400
Alquiler de local	16,000	L. 192,000
Total gastos generales	25,200	L. 302,400
Marketing		
Campaña en redes sociales	5,000	L. 60,000
Total marketing	5,000	L. 60,000
Total costos fijos	77,240	L. 926,880

6.14.7 Estado de resultados

El estado de resultados proyectado a cinco años, muestra los detalles de la venta de servicios, los costos de los insumos, gastos fijos y las diferentes utilidades, reflejando ingresos positivos en la misma.

Tabla 286.27 Estado de resultados

Años	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos					
Venta de cursos	1,440,000	1,584,000	1,742,400	1,916,640	2,108,304
Total ingresos	1,440,000	1,584,000	1,742,400	1,916,640	2,108,304
Costos Variables					
Compra de insumos para cursos	221,184	243,302	267,633	294,396	323,835
Total costos operativos	221,184	243,302	267,633	294,396	323,835
Utilidad Bruta	1,218,816	1,340,698	1,474,767	1,622,244	1,784,469
Costos Fijos					
RR.HH, Gastos Generales, Marketing y Depreciación	926,880	991,762	1,061,185	1,135,468	1,214,951
Total costos administrativos	926,880	991,762	1,061,185	1,135,468	1,214,951
Utilidad operativa	291,936	348,936	413,582	486,776	569,518
Gastos financieros (interés)	45,108	37,454	28,657	18,546	6,926
Utilidad antes de impuestos	246,828	311,482	384,925	468,230	562,592
Impuestos Totales	57,738	73,902	92,262	113,088	136,679
Utilidad neta	189,090	237,581	292,663	355,141	425,913

6.14.8 Flujo de caja

Los flujos de efectivo muestran las diferencias entre los ingresos y egresos mensuales, en el caso del proyecto se observa una utilidad bruta de L.24,328 al mes según las proyecciones estimadas arriba.

Tabla 29 6.28 Flujo de caja

Descripción	Meses												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ingresos operacionales													
Ingreso total	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	1,440,000
Costos variables													
Total costos variables	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	18,432	221,184
Margen de contribución	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	101,568	1,218,816
Costos fijos													
Total costos fijos	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	77,240	926,880
(utilidad)	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	24,328	291,936

6.14.9 Estado de situación financiera (balance general)

El estado de situación financiera es la base para el cálculo del VAN y TIR, el mismo refleja la situación de situación de los ingresos, costos variables y fijos que han sido proyectados para los siguientes 5 años. En el caso de los ingresos el crecimiento ha sido del 10%, los costos variables del 10% y los costos fijos del 7% anual, este último debido a la inflación del país. Los flujos son positivos desde el primer año de operación y reflejan unas finanzas sanas en la empresa.

Tabla 30 6.29 Estado de situación financiera (balance general)

BALANCE GENERAL					
PROYECTADO					
AÑOS	1	2	3	4	5
ACTIVO					
Activos Circulantes					
Caja	77,240.00	221,704.67	276,787.09	339,265.32	410,036.89
Total Activos Circulantes	77,240.00	221,704.67	276,787.09	339,265.32	410,036.89
Activos					
0	-	-	-	-	-
Escritorio	4,920.00	3,840.00	2,760.00	1,680.00	600.00
Sillas de espera	5,904.00	4,608.00	3,312.00	2,016.00	720.00
Sillas de oficina	246.00	192.00	138.00	84.00	30.00
Computadoras	19,680.00	15,360.00	11,040.00	6,720.00	2,400.00
Mesas para maquillaje	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
Pizarras	(1,500.00)	(6,000.00)	(10,500.00)	(15,000.00)	(19,500.00)
Espejos iluminados	18,000.00	13,500.00	9,000.00	4,500.00	-
Iluminación remota	3,710.00	3,170.00	2,630.00	2,090.00	1,550.00
Espejos portátiles	(3,750.00)	(10,500.00)	(17,250.00)	(24,000.00)	(30,750.00)
Sillas	13,125.00	11,850.00	10,575.00	9,300.00	8,025.00
Sillas de maquillaje	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
0	-	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-
TOTAL DE ACTIVOS	100,335.00	76,020.00	51,705.00	27,390.00	3,075.00
Total de Activos	177,575.00	297,724.67	328,492.09	366,655.32	413,111.89
PASIVOS					
Cuentas por pagar a largo plazo	96,357.36	96,357.36	96,357.36	96,357.36	96,357.36
25% Impuesto a La Renta	57,738.12	73,901.56	92,262.36	113,088.44	136,678.96
Total Pasivos	154,095.48	170,258.92	188,619.73	209,445.80	233,036.33
PATRIMONIO					
Capital Pagado o social	-	-	-	-	-
Utilidad Retenida	23,479.52	127,465.75	139,872.36	157,209.52	180,075.56

Total Patrimonio	23,479.52	127,465.75	139,872.36	157,209.52	180,075.56
Total Pasivo y patrimonio	177,575.00	297,724.67	328,492.09	366,655.32	413,111.89

6.14.10 Cálculo de VPN y TIR

El Valor presente neto (VPN o VAN) es el valor que toma la inversión después de descontar su valor en el tiempo, este utiliza la proyección financiera usada en la fórmula:

$$VAN_0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} + \frac{VR_n}{(1+i)^n}$$

El cálculo refleja un VPN de L.537,985 que al ser positivo refleja la recuperación de la inversión en menos del tiempo proyectado.

Por otro lado, la TIR es el valor donde la VAN se convierte en 0, este valor es el que se compara con el CMCP, en este caso, el mismo es de 52%, lo que denota un alto retorno a la inversión inicial y muy por encima del esperado por los inversionistas.

Tabla 31 6.30 VPN Y TIR

CMCP	12.0%
VAN	L. 537,985
TIR	52%

6.14.11 Punto de equilibrio en unidades

El punto de equilibrio es donde los ingresos igualan a los egresos y se representa por la fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En el caso de la empresa los datos son:

$$CF = 926,880.00$$

$$CVT = 221,184.00$$

$$VT = 1,440,000.00$$

Al realizar el cálculo:

$$PE = \frac{926,880}{1 - \frac{221,184}{1,440,000}}$$

PE= L1,095,085 al año

Conversión a unidades:

Considerando que el 73% de los ingresos provienen de cursos básicos y 27% de cursos avanzados se tiene:

Tabla 32 6.31 Punto de equilibrio

Curso	% de ingreso	PE Lps.	PE Unidades
Básico	73%	L1,095,085	72.67 (73 cursos)
Avanzado	27%		18.47 (19 cursos)

6.15 Análisis de sensibilidad (Manipulación de variables)

El análisis de sensibilidad mide los diferentes cambios en el retorno debido a cambios en los ingresos o costos. En el caso del escenario optimista, se ha considerado que los costos variables e ingresos incrementen un 10% sin alteración de los costos fijos, estos reflejan un escenario positivo con mejores perspectivas que el escenario real.

Tabla 33 6.32 Análisis de sensibilidad optimista

CMPC	12%
VAN	L889,564.863
TIR	75%

En el escenario pesimista, se ha considerado un aumento de los costos del 10% mientras los ingresos se mantienen estables, bajo estas circunstancias, el proyecto sigue reflejando rentabilidad con un TIR del 22% por lo que se considera un proyecto de bajo riesgo.

Tabla 34 6.33 Análisis de sensibilidad pesimista

CMPC	12.0%
VAN	L122,602.91

TIR	22%
-----	-----

6.16 Prueba de hipótesis

La hipótesis que se presenta en la investigación es la siguiente:

Hi: Es viable implementar cursos de maquillaje en Estudio VH, si la TIR es 10% mayor o igual al costo de capital.

De acuerdo con el estudio financiero realizado se tienen que la TIR en el proyecto de cursos de técnicas de maquillaje es de 52% por lo que se acepta la hipótesis y es viable la implementación de los cursos de maquillaje en Estudio VH.

Conclusiones

- La investigación culmina mediante el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio financiero se determina la viabilidad de implementar cursos de maquillaje en Estudio VH en San Pedro Sula.
- Se pudo comprobar que la demanda para los cursos de maquillaje de técnica básica fue de 67.9% y técnica avanzada fue de 32.1% en Estudio VH.
- Se determinó las herramientas necesarias que completa los requerimientos técnicos para un buen rendimiento y fiabilidad para implementar los cursos de maquillaje en el Estudio VH.
- Mediante el estudio financiero se determinó que la implementación de cursos de maquillaje en el Estudio VH es viable, ya que se obtuvo una tasa interna de retorno del 52%.

Recomendaciones

- Sugerir una proyección detallada en el estudio de mercado, técnico y financiero para la implementación de los cursos de maquillaje en el Estudio VH.
- Sugerir un plan de negocio accesible y específico para brindar cursos de maquillaje con técnica básica, ya que su alcance es del 67.9% de las personas interesadas en pagar y aprender los cursos.
- Sugerir el uso de las herramientas adecuadas para brindar los cursos de maquillaje.
- Se recomienda implementar los cursos de maquillaje ya que es un proyecto rentable y tiene un escenario de bajo riesgo.

Referencias

- 5 fuerzas de Porter—Qué es, definición y concepto | 2022 | Economipedia.* (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
- Análisis de las industrias y de la competencia.* (s. f.). 26.
- Armstrong, G., Kotler, Philip, & Mues Zepeda, A. (2013a). *Fundamentos de marketing.* Pearson Educación.
- Armstrong, G., Kotler, Philip, & Mues Zepeda, A. (2013b). *Fundamentos de marketing.* Pearson Educación.
- ASALE, R., & RAE. (s. f.). *Antecedente | Diccionario de la lengua española.* «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 23 de junio de 2022, de <https://dle.rae.es/antecedente>
- Bernal, C. A. (s. f.). *Metodología de la investigación.* 322.
- Business Model Canvas: En qué consiste y cómo se elabora.* (s. f.). UNIR. Recuperado 28 de junio de 2022, de <https://www.unir.net/empresa/revista/business-model-canvas/>
- Cómo realizar un análisis del cliente de forma efectiva. (2019, junio 20). *QuestionPro.* <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-del-cliente/>
- EAE. (2020, junio 17). ¿Que es el análisis PESTEL de entornos empresariales? | EAE. *El blog de retos para ser directivo | Desafíos de la Gestión Empresarial.* <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>
- ESTUDIOS DE MERCADO. (2014, septiembre 7). *Marketing Estratégico.* <https://conceptomktestrategicaeq4.wordpress.com/estudios-de-mercado/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). McGraw-Hill.
- Historia del maquillaje: El origen del maquillaje.* (s. f.). Campus Training. Recuperado 24 de junio de 2022, de <https://www.campustraining.es/cursos/estetica/maquillaje-profesional/historia/>
- INE-HONDURAS::Redatam—Diseminación de Información Estadística. (s. f.). Recuperado 28 de junio de 2022, de <http://181.115.7.199/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=MUNDEP05&lang=ESP>
- Kuo_Uso_Admin. (2020, abril 29). HISTORIA DEL MAQUILLAJE. *Un Solo Uso.* <https://unsolousosl.com/historia-del-maquillaje/>

La evolución del maquillaje a lo largo de la historia. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.comunicae.es/nota/la-evolucion-del-maquillaje-a-lo-largo-de-la-1192219/>

Matriz_metodologica.pdf. (s. f.). Recuperado 27 de junio de 2022, de https://multimedia.uned.ac.cr/pem/transformando_matematica/documentos/matriz_metodologica.pdf

Mesicic4_chl_const.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de junio de 2022, de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_chl_const.pdf

Pedraza Rendón, O. H. (s. f.). *La Matriz de Congruencia: Una Herramienta para Realizar Investigaciones Sociales.* Dialnet-LaMatrizDeCongruencia-5900518%20(1).pdf

Peréz, A. (2021). *Estudio financiero: En qué consiste y cómo llevarlo a cabo.* OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Ribes Diego, S., Corral Sastre, R., & Úbeda Ferrero, L. (2011). *Maquillaje / Bodas, ceremonia y fiestas / Weddings and Special Occasion Make Up.* Videocinco.





Rodríguez, D. E. M. (s. f.). *BUSINESS MODEL AS THE KEY FOR CORPORATE SUCCEES: A THEORETICAL REVIEW.* 36.




School, E. B. (s. f.). *¿Qué es el estudio técnico de un proyecto? | Euroinnova.*

Euroinnova Business School. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto>

Trinidad Requena, A., Carrero Planes, V., & Soriano Miras, R. M. (2006). *Teoría fundamentada, «grounded theory»: La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional* (1. ed). Centro de Investigaciones Sociológicas.

Anexo

Equipo de materiales	Precio unitario
 <p data-bbox="240 703 571 741">Toallitas desmaquillantes</p>	L 123.91
 <p data-bbox="240 1014 480 1048">Pomada para cejas</p>	L 148.69
 <p data-bbox="240 1395 507 1429">Mascara de pestañas</p>	L 123.66
 <p data-bbox="240 1933 592 1964">Spray fijador de maquillaje</p>	L 99.13

 <p>Revlon Lipgloss Cherry Cherry</p>	L 74.35
<p>Labial</p>	L 346.95
 <p>Revlon Makeup Palette</p>	L 247.82
<p>Brochas</p>	L 198.26
 <p>Revlon Makeup Palette</p>	L 198.26
<p>Paleta de sombras</p>	

 <p>Paleta de sombras básica</p>	L 74.35
 <p>Delineador de ojos</p>	L 98.88
Total	L 1,536.00

Fuente: Elaboración Propia
Sitio: Ulta Beauty