



Universidad Nacional de Tucumán
Facultad de Ciencias Económicas
Instituto de Administración
Desarrollo de Competencias Emprendedoras



Universidad Nacional de Tucumán
Facultad de Ciencias Económicas

DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS



Correo: sanchez.luciana@gmail.com

Instagram: @luma.unias

Integrantes:

- Figueroa Matías Ezequiel
- Mauroyriñis Luciana

Tutora:

- Mg. Liliana Fagre



Universidad Nacional de Tucumán
Facultad de Ciencias Económicas
Instituto de Administración
Desarrollo de Competencias Emprendedoras



ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
INTRODUCCIÓN	4
LA COMPAÑÍA	4
EL MERCADO	6
LOS CLIENTES	6
LOS SERVICIOS	7
MODELO CANVAS	9
PLAN OPERATIVO	9
PLAN DE NEGOCIOS	10
CONCLUSIÓN	16
BIBLIOGRAFÍA	17



RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto desarrolla en su contenido el diseño de una organización que sueña, el de sus servicios y sus metas a largo plazo, tomando como factor determinante su propuesta de valor, la cual considera como el motor generador de su diferencial en el mercado.

Hoy, LUMA UÑAS quiere llegar a todas las mujeres de Tucumán interesadas en tener ARTE en sus UÑAS, hacer la diferencia y valorar el Amor Propio de cada una de ellas, considerado para la organización, el principal compromiso con las mujeres que buscan sentirse bellas por dentro y por fuera.

A su vez, este plan de negocios, resume las proyecciones financieras a 5 años, detallando la evolución de sus costos, precios y demás variables económicas que generan la sostenibilidad de la organización.

Para poder cumplir con el compromiso social y organizacional, se necesitará la contratación de personal que realice manicura y, de más recursos para poder expandir este emprendimiento y ser una empresa sólida y sustentable.

PALABRAS CLAVE: KAPPING, ESCULPIDAS, MANICURA, PROPUESTA DE VALOR



INTRODUCCIÓN

“Luma Uñas” es una pequeña empresa en marcha en proceso de expansión, encontrándose en la Provincia de Tucumán, realizando un servicio para los clientes que buscan cuidar y generar arte en sus uñas de manos y pies, siendo parte de un cuidado personal integral, sumando la calidad del servicio destinado a generar una experiencia gratificante para el cliente; trabajando bajo la modalidad de contacto por medio de su red social de Instagram o mediante su Whatsapp, otorgando turnos para ser atendidos en el local físico de Luma.

La particularidad de ser un servicio destinado a la estética, donde el cliente es un participante activo en la elección de colores, tipos de estructuras y detalles, perteneciendo a una comunidad de personas que aman su cuidado personal y que valoran tener un espacio personal para relajarse mientras se les brinda el servicio, hace que el cliente vea a Luma Uñas como un lugar donde “puede ser” y sentir contención.

LA COMPAÑÍA

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Luma uñas es un emprendimiento en funcionamiento, el cual se inició a fines del año 2019, precisamente en el mes de diciembre, como una actividad de hobby.

Esta idea se fue manifestando, luego de la realización de cursos de manicura por parte de su fundadora, con lo cual se fue dando un espacio para poder ejercer de manera lucrativa.

Este emprendimiento está conformado por su fundadora, Luciana Sánchez Mauroyriñis, la cual es la encargada de realizar los servicios de manicura y tiene su punto fuerte en el servicio de Esculpidas y Kapping gel, los cuales, mediante la capacitación permanente conforman un fuerte diferencial dentro del mercado.

La empresa posee un gran compromiso con las mujeres y su reconocimiento por la lucha por el bienestar personal bajo el lema “AMATE A VOS MISMA”. La prioridad de LUMA, es proyectar una empresa que acompaña a aquellas mujeres que buscan encontrar la mejor versión de sí mismas.

Esta filosofía es planteada a través de un conjunto de acciones “Love yourself” ya sea a través de redes sociales o presenciales referidas a todo aquello que las mujeres pueden hacer “por ellas mismas” para sentirse bien, como ser



cursos de automaquillaje, videos de igtv sobre alimentación saludable, deporte como salud al alma, clases de autopeinados, charlas motivacionales, de autoestima, entre otros.

Visión

Ser el mejor centro de Esculpido de uñas y Kapping gel, reconocido en la región, con la mejor calidad dentro de la Provincia de Tucumán, ofreciendo un servicio de confort en el menor tiempo posible.

Misión

LUMA es un emprendimiento de manicura especializados en esculpido de uñas en la provincia de Tucumán, destinado a clientes que busquen reflejar arte y diseño en sus uñas.

Valores

- **Respeto:** Generar relaciones sanas dentro del equipo de trabajo y exteriorizar este valor con los clientes generando interacciones saludables internas y externas.
- **Trabajo en Equipo:** Se busca interacciones conjuntas dentro de las tareas que realiza el equipo para atender de manera óptima a los clientes.
- **Creatividad e innovación:** Fomentar la creación de nuevos modelos y efectos tanto en las técnicas y en la creación de decoración en uñas.
- **Pasión:** Demostrar con entusiasmo y ganas los servicios realizados, luchando día a día por mejorar lo ofrecido, reflejando la pasión en la calidad de cada trabajo.
- **Responsabilidad:** Tanto hacia los propios trabajadores, hacia los clientes y el entorno en general. Respetando las normas de higiene y las leyes vigentes para el rubro.
- **Experiencia de Marca:** Busca la interacción con la marca tanto del cliente como del equipo de trabajo (empleados, proveedores, los prestadores de servicios, etc.). “Ser amables y serviciales con cada persona que se encuentre en la organización.”

El cliente no tan solo busca calidad en los servicios de uñas sino que también busca relajación, ya que es un espacio y un lugar para darse un gusto personal, es por eso que se propone una experiencia no planteada en Tucumán. La misma consta de recibir al cliente en sillas masajeadoras que facilite a la comodidad de la misma, mientras puede ver su película o el capítulo de su serie favorita mientras se realiza la aplicación de su servicio, con sonido digital.

Como propuesta de valor se pone especial atención al servicio pre y post venta debido a que se detectó una carencia dentro del mercado Tucumano respecto a la atención al cliente, no solo se busca brindar agilidad y orden en el proceso, desde



el sistema de turnos online o telefónicos, sino que también se busca proporcionar confort brindando las comodidades en el local comercial para que tengan un experiencia en la prestación de servicio confortable. Respecto al servicio post venta, se considera que el cliente debe ser acompañado en todo el proceso, no solo mientras se realiza la prestación sino también luego de eso, otorgando descuentos en fechas especiales, también otorgando puntos para acceder a beneficios dentro del local comercial.

EL MERCADO

Hoy en día, este tipo de servicios se ve desarrollado en diferentes centros de estéticas, peluquerías, salones de belleza y hasta Nail Bar, los cuales, debido a la creciente evolución del mercado se fueron desarrollando como servicios complementarios a la peluquería. Se puede ver cómo ha mutado de ser un servicio anexo a transformarse en un servicio independiente, donde existen centros de manicura especializados en la estética de uñas de pies y manos.

OPORTUNIDAD

Dentro del mercado Tucumano, se considera que si bien existen muchos centros de estética que proporcionan el servicio del esmaltado semi permanente, son pocos aquellos que realizan uñas esculpidas y Kapping gel y aún menos que sea de calidad, duración y buena relación precio - calidad.

LOS CLIENTES

Para identificar el segmento al cual apunta este negocio, se realizó un análisis de la demografía de Tucumán, con recursos interactivos del Centro de Estadística de la Provincia, donde, respecto a la demografía y el mercado potencial que requieren estos servicios, se consigue un segmento de Mujeres de 18 a 30 años con una clase social media, trabajadoras o estudiantes con un rango de ingresos mensuales de entre \$20.000 a \$80.000 aproximadamente.

Respecto a los atributos cualitativos del grupo se consideran mujeres urbanas, que admiran el arte y lo hacen extensivo físicamente, donde predomina la estética y el cuidado personal. Éste grupo tiene muy presente las redes sociales y cuidan su estética mostrando un estilo de vida descontracturado siguiendo las modas actuales mostrando prolijidad lineal dentro de los diferentes looks urbanos.

Si bien el perfil del consumidor no responde a un parámetro estricto, aun así se observa que las necesidades básicas fisiológicas, de seguridad y sociales están cubiertas. Se considera que este tipo de servicio busca cubrir las necesidades de "Estima y Reconocimiento" con la meta del desarrollo de la autoconfianza y estima personal mediante la belleza y el arte como una forma de diferenciación frente a los pares, lucir uñas cuidadas, decoradas y con el toque que refleje la personalidad de cada persona.



LOS SERVICIOS

Entre sus actividades, LUMA UÑAS se caracteriza por ofrecer un servicio de manicura rusa, la cual se diferencia de la manicura clásica por utilizar diferentes tipos de herramientas, como ser tornos y brocas para el perfeccionamiento en la preparación de la uña previa al esmaltado (levantamiento de cutículas y perigeo que pueden existir en la uña natural) .

A su vez, el emprendimiento ofrece diferentes servicios, los cuales serán detallados a continuación:

- **KAPPING GEL:** es un sistema innovador que está indicado para todas aquellas personas que tengan uñas naturales y no deseen o no puedan tener un full set de uñas esculpidas. Esta técnica consiste en aplicar un gel de construcción o base rubber, sobre la uña natural, creando una capa de gel que protege la mismas y evita el contacto frecuente con químicos que puedan afectar la salud de la uña y de la piel.
- **ESCULPIDAS:** Las uñas esculpidas son aquellas que se hacen desde cero a partir de un acrílico, gel o una mezcla de ambas llamadas polygel, eso quiere decir que a través de moldes y productos específicos la uñas se moldean y se hacen de la longitud y las formas que se desee.
- **SEMIPERMANENTE EN PIES:** consiste en la aplicación de un esmalte de mayor duración al esmaltado común en pies, en el cual, el producto se seca con un instrumento llamado cabina o lámpara uv-led o sólo uv. La misma es depositada sobre la uña natural, siempre y cuando se haya realizado la pedicura previamente.
- **EXTRACCIÓN:** Este sistema consta del retirado del producto con el cual se fabrica la uña esculpida. El servicio es cobrado únicamente cuando la clienta tenga un servicio realizado por otra persona, en el caso que quiera realizarse un servicio diferente al de esculpidas, o cuando se haya realizado service (relleno cuando existe crecimiento en la uñas) dos veces consecutivas.
- **DISEÑO 1 - Francesa:** Consta de la aplicación del diseño de francesas en toda la mano, el cual consiste dejar la uña al natural con blanco en el borde libre.
- **DISEÑO 2 - Efecto Holográfico:** Este efecto consiste en la aplicación de un polvo que al ser esparcido por la uña con un pincel, da un efectos tornasolado.
- **DISEÑO 3 - Stamping:** Este diseño consiste en utilizar una placa con diseños decorativos y un sello, de forma tal que al esparcir el esmalte sobre la placa de metal, el sello lo recoge y lo plasme sobre la uña.
- **DISEÑO 4 Efecto Espejo:** Esta técnica es muy similar a la del efecto Holográfico. Lo único en que difiere es en el polvo que da el acabado espejado.



- DISEÑO 5 Papel Foil: Este papel posee propiedades que permite ser adherido en la uña natural, dando un terminado delicado según el tipo de diseño del papel.
- DISEÑO 6 Papel sticker: Consisten en diferentes diseños adheridos a una plancha de stickers, los cuales, al colocarse en agua, adhieren su pegamento en la uña natural.

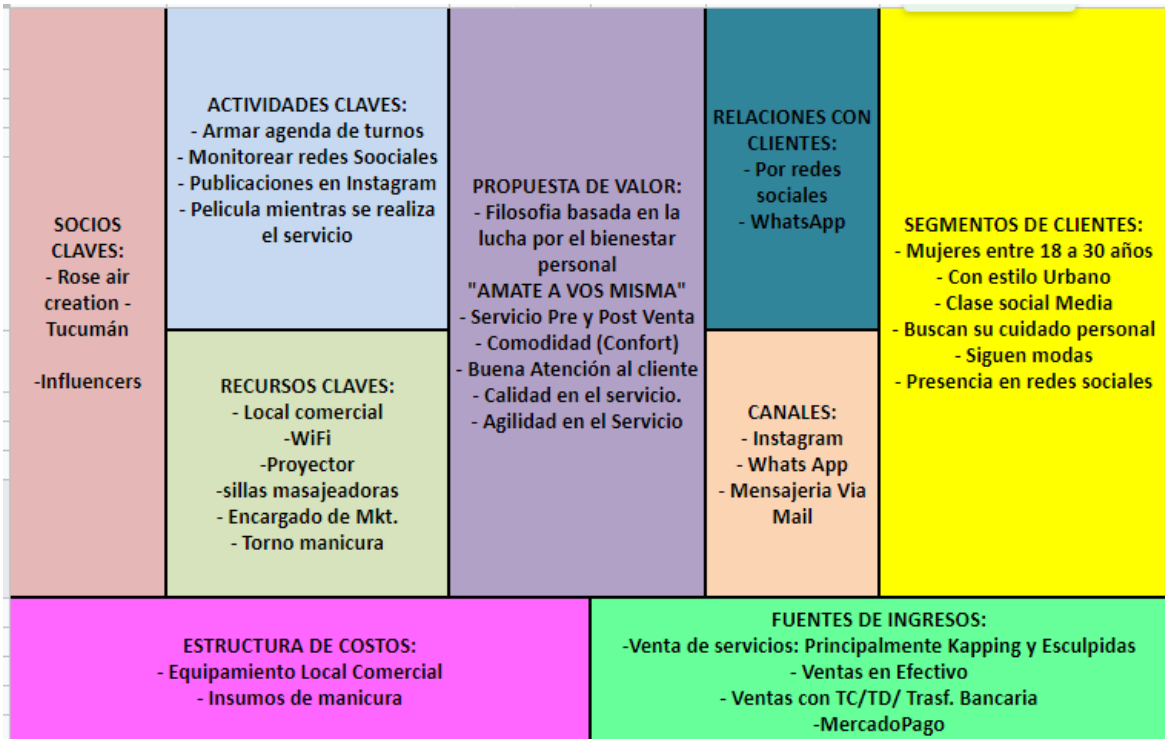
RECURSOS Y EQUIPOS

Los equipos necesarios de cada manicura para este tipo de servicios se los pueden identificar como los siguientes:

Mobiliarios y Equipamientos a adquirir	Herramientas en existencia	Mobiliarios y Equipamientos en existencia	Servicios necesarios	Inmueble
Mesa de Manicura	Torno Manicura Rusa	Lampara Velador	Alquiler Servicios (Luz, Gas, Agua, Internet)	Alquiler
Sillas Masajeadoras	Extractor de Polvo	Lampara de Piso		
Sillón de Pedicura	Esterilizador	Estante rectangular un solo cuerpo		
Armazón de Pedicura	Cabina UV Led 48 W.			
Mostrario de Esmaltes	Cabina UV Led 36 W.			
Proyector				
Home Theater				



MODELO CANVAS



PLAN OPERATIVO

OBJETIVO GENERAL: Aumentar en 1 año la participación de la marca en el mercado en un 15% respecto a las estimaciones realizadas para el primer año y un mayor reconocimiento por parte de los "clientes meta" mediante las redes sociales.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

- Generar un plan estratégico de marketing que conste de interacciones con los clientes meta.
- Gestionar un plan de contenido de redes sociales dedicados específicamente a la propuesta de valor "LOVE YOURSELF"
- Desarrollar espacios para que el consumidor se sienta parte de la marca. (Por ejemplo: clases de maquillaje, clases de peinado, manicura básica y cuidado de las uñas, etc.)



- Destinar un presupuesto en publicidad para dar a conocer los servicios ofrecidos.
- Generar tráfico de usuarios hacia el instagram de la página.
- Participar en eventos de moda y ferias provinciales.
- Gestionar una agenda con turnos.
- Verificar la satisfacción del cliente pre y post venta

PLAN DE NEGOCIOS

Estructura de costos:

Las mismas están fundadas en una estrategia de diferenciación y no tanto de liderazgo en costos, ya que se considera que dentro del mercado, la competencia es abundante pero poseen modelos de negocios similares.

Se realizó un listado de los insumos necesarios y un inventario de los insumos que se encuentran en stock para determinar el costo unitario:

Insumos:

- **Semipermanente en Pies:** Adhere, Primer, Base, Lima, Esmalte, Top coat, cleaner, algodón, aceite de cutículas y crema de manos
- **Esculpidas:** Adhere, Primer, Base, Lima 180, 100 y spongy, Esmalte, Top coat, Molde de esc, Acry gel, diluyente de acry gel, cleaner, algodón, aceite de cutículas y crema de manos
- **Kapping:** Adhere, Primer, Base rubber, Lima, Esmalte, Top coat, cleaner, algodón, aceite de cutículas y crema de manos
- **Extracción:** Diluyente, Algodón y papel de aluminio

Mano de obra Indirecta:

PRODUCTOS/ SERVICIOS	Hs Teóricas anuales	% de ocupación anual	Hs de Ocup Reales anuales	Tiempo de cada serv en Horas	Distribución % por serv	Servicios en año 1
Servicio de Kapping Gel	2880	0.7	2016	0.75	30%	454
Servicio de Esculpidas				1.75	30%	1058
Servicio de Semipermanente en Pie				0.75	10%	151
Servicio de Extracción				0.25	10%	50
Servicio de Decoración Francesa				0.25	3.33%	17
Servicio de Decoración por uña (Efecto holográfico)				0.25	3.33%	17
Servicio de Decoración por uña (Stamping)				0.25	3.33%	17
Servicio de Decoración por uña (Efecto Espejo)				0.25	3.33%	17
Servicio de Decoración por uña (Papel Foil)				0.25	3.33%	17
Servicio de Decoración por uña (Stickers)				0.25	3.33%	17
TOTAL ANUAL (unidades)				2880	0.7	2016



Para cubrir la demanda del primer año se necesita una manicurista de tiempo completo (su fundadora, la cual no cobra un sueldo fijo sino que obtiene retiros propios de la ganancia) y una manicura por $\frac{1}{2}$ día con un sueldo mensual de \$12.500 mensuales. Es necesario para cubrir la demanda del año 1 y 2.

Se trabaja de Lunes a Viernes en jornadas diarias de 8 hs., lo cual representa una cantidad anual en horas de 1920 hs para una manicurista y sumado a una manicurista de tiempo parcial 960 hs anuales (total 2880 hs anuales)

De estas horas teóricas (las cuales corresponden a la capacidad máxima sin ociosidad) para el primer año se estima que el proyecto no ocupa todas sus horas en el mes, por ende consideramos sólo una capacidad de un 70% las cuales representan 2.016 hs en el año.

En la medida que aumenta la demanda se prevé la incorporación de nuevas manicuristas por jornadas completas. Para ello se realiza una estimación y se proyecta para los próximos 5 años un crecimiento de %15 anual. Este porcentaje fue +determinado en base a estudios de la cantidad vendida por parte de la competencia y proyección según Redes Sociales. (Se realiza un seguimiento de publicaciones de los turnos otorgados en un periodo de tiempo de un año) Este aumento también es acompañado por un gran esfuerzo de Marketing.

Costos de comercialización:

En función de la propuesta de valor es necesario hacer énfasis en las herramientas de redes sociales, donde son estos los medios los que permitirán incrementar las ventas al hacer visible el trabajo de cada servicio prestados por Luma.

Esta estrategia permite llegar a una cantidad importante de usuarios, filtrados principalmente para personas de la provincia, permitiendo incrementar la visualización de la marca, ganando seguidores y aumentando las posibilidades de conseguir un feed positivo.

Para el Primer año, el importe presupuestado que se refleja anualmente es de \$48.000 en instagram, \$12.000 en google adwords, los cuales se lo estima según la necesidad de reflejar y dar mayor alcance a los servicios de Luma.

- Para los años 2, 3, 4 y 5, el importe se calcula tomando como base el importe del primer año de publicidad en redes más un aumento del 30% buscando impulsar la política de ventas para aumentar la participación en el mercado.

- Se agrega al cálculo el sueldo de un empleado encargado de Marketing, el cual será tercerizado por un valor de \$8000 mensuales.



Medios de Publicidad y Promoción	Costo Total Anual \$/Año					
	Actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prom Instagram	\$ -	\$ 48,000.00	\$ 62,400.00	\$ 81,120.00	\$ 105,456.00	\$ 137,092.80
Prom Google Adv	\$ -	\$ 12,000.00	\$ 15,600.00	\$ 20,280.00	\$ 26,364.00	\$ 34,273.20
Encargado de Marketing	\$ -	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00
TOTAL	\$ -	\$ 156,000.00	\$ 174,000.00	\$ 197,400.00	\$ 227,820.00	\$ 267,366.00

Análisis Financiero:

Esta inversión ya realizada y con la cual se encuentra en funcionamiento, para llegar a optimizar y poder llevar a cabo la propuesta de valor, debe complementarse con algunos bienes de uso necesarios para la prestación del servicio, como lo son los mobiliarios y equipamientos, como: mesas, sillas, muestrarios, equipamiento de audio y video, etc. Donde también el capital de trabajo como ser el alquiler y los servicios, sumado también a la inversión en insumo de materiales necesarios para iniciar el proyecto con la estructura mencionada, considerando un periodo de un mes de liquidez, el cual asciende a un monto de \$40.901,89, a saber:

Activos

Descripción de Activos		Cantidad	Precio unitario	Nuevo/ Usado	Inversión	Vida útil
Bienes a Adquirir						
Mobiliarios y Equipamientos	Mesa de Manicura	1	\$8.496,50	Nuevo	\$8.496,50	10
	Sillas Masajeadoras	1	\$9.000,00	Nuevo	\$9.000,00	10
	Sillón de Pedicura	1	\$6.990,00	Nuevo	\$6.990,00	10
	Armazón de Pedicura	1	\$2.000,00	Nuevo	\$2.000,00	10
	Muestrario de Esmaltes	1	\$1.200,00	Nuevo	\$1.200,00	10
	Proyector	1	\$14.000,00	Nuevo	\$14.000,00	5
	Home Theater	1	\$11.000,00	Nuevo	\$11.000,00	5
Monto total de activos fijos e intangibles que comprarán para la ejecución del proyecto (Con IVA)					\$52.686,50	

Capital de Trabajo

Descripción de ítems	Cantidad	Unidad de medida	Precio x Unidad	Inversión Capital de Trabajo
Materiales de trabajo (Esmaltes, Uñas, etc)	1,00	Pesos	\$40.901,89	\$40.901,89
Monto total de inversión en capital de trabajo para el inicio del proyecto (Con IVA)				\$40.901,89

En relación a los materiales necesarios para trabajar, se consideran los insumos utilizados como stock para el primer trimestre: esmaltes, algodón, uñas, base rubber, etc.

Se determina a raíz de los cálculos mencionados el monto de inversión, los aportes propios (que representa un 56% de la inversión, los cuales son ahorros e ingresos disponibles de Luciana en su cuenta bancaria personal) y la necesidad de



crédito (que representa un 44% de la inversión, que se necesita pedir al banco para financiar el proyecto) para implementar las mejoras en el servicio actual, a saber:

INVERSIONES A REALIZAR	MONTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
Total de ACTIVOS + Capital de Trabajo (D)	\$93.588,39	Aporte propio	\$ 64.110,05
		Otras fuentes	\$ 0,00
		Monto crédito	\$ 29.478,34
Total de INVERSIONES previas en valor actual de mercado	\$26.319,50		

Se realiza un análisis de punto de equilibrio del primer año para conocer a partir de qué nivel de prestación de servicio obtendrá un diferencial positivo (Ganancias) al cubrir los costos variables y fijos, a saber:

Costos fijos totales del primer año		\$1,226,948.34		*Los datos obtenidos son aproximados y pueden presentar desviaciones en función de los datos suministrados.						
Año 1										
Descripción	Mezcla de ventas	Precio de venta unitario	Costos variables unitarios	Margen contr. unitario	Margen contr. ponderado	Punto de Equi. Global	Pto. Equi. Prod. (un.)	Pto. Equi. Prod. (\$)	Diferencia con producción estimada	
Servicio de Kapping Gel	25%	\$750.00	\$204.52	\$545	\$136.38	1296	324	\$243,000.00	130	
Servicio de Esculpidas	58%	\$1,300.00	\$0.00	\$1,300	\$758.38		756	\$982,800.00	302	
Servicio de Semipermanente en Pie	8%	\$700.00	\$172.42	\$528	\$43.97		108	\$75,600.00	43	
Servicio de Extracción	3%	\$200.00	\$1.59	\$198	\$5.51		36	\$7,200.00	14	
Servicio de Decoración Francesa	1%	\$60.00	\$0.66	\$59	\$0.55		12	\$720.00	5	
Servicio de Decoración por uña (Efecto holográfico)	1%	\$40.00	\$9.00	\$31	\$0.29		12	\$480.00	5	
Servicio de Decoración por uña (Stamping)	1%	\$40.00	\$6.08	\$34	\$0.31		12	\$480.00	5	
Servicio de Decoración por uña (Efecto Espejo)	1%	\$40.00	\$0.40	\$40	\$0.37		12	\$480.00	5	
Servicio de Decoración por uña (Papel Foil)	1%	\$40.00	\$1.00	\$39	\$0.36		12	\$480.00	5	
Servicio de Decoración por uña (Stickers)	1%	\$40.00	\$4.81	\$35	\$0.33		12	\$480.00	5	
				Margen pondera	\$946.43			Punto Eq. Monetario	\$1,311,720.00	\$1,836,403.63

Para estimar los ingresos por ventas, se multiplica el precio de venta de cada unidad de servicio por las unidades vendidas estimadas, se considera la cantidad de clientes que se realizan ese tipo de servicio, realizando una estimación en función de las prestaciones por semana, por las 4 semanas del mes y por los 12 meses del año (Cálculo de la capacidad mencionado en la Estructura de costos). A continuación se presenta el siguiente cuadro:

PRODUCTOS/ SERVICIOS	CANTIDAD ESTIMADA POR AÑO					
	Actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de Kapping Gel	0	454	522	600	690	793
Servicio de Esculpidas	0	1058	1217	1400	1610	1851
Servicio de Semipermanente en Pie	0	151	174	200	230	264
Servicio de Extracción	0	50	58	67	77	88
Servicio de Decoración Francesa	0	17	19	22	26	29
Servicio de Decoración por uña (Efecto holográfico)	0	17	19	22	26	29
Servicio de Decoración por uña (Stamping)	0	17	19	22	26	29
Servicio de Decoración por uña (Efecto Espejo)	0	17	19	22	26	29
Servicio de Decoración por uña (Papel Foil)	0	17	19	22	26	29
Servicio de Decoración por uña (Stickers)	0	17	19	22	26	29
TOTAL ANUAL (unidades)	0	1814	2086	2399	2759	3173

En base a ésta proyección es que se calculan los ingresos proyectados, desde el año 0 al año 5, donde culmina la proyección realizada para éste plan de negocios, donde para realizar este cálculo es necesario ver las ofertas de la



competencia que se relacione a la calidad del servicio prestado de Luma, tomando como base los precios ya fijados y utilizados por Luma Uñas, los cuales arrojan una contribución marginal del 77,64% del total de las ventas, siendo un margen bueno y rentable para la actividad, los ingresos estimados son:

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES ESTIMADOS	\$0.00	\$1,836,403.63	\$2,111,864.18	\$2,428,643.80	\$2,792,940.37	\$3,211,881.43

Es necesario considerar que la estructura necesita de perfiles capacitados en el área correspondiente siendo parte del equipo acompañando la visión empresarial, donde se determinan los siguientes colaboradores y sus respectivos honorarios, para observar el impacto que tienen sobre la estructura de Luma Uñas. Estos son:

Planilla empleados											
N°	Función principal	Sueldo	Hs. por día año	Sueldos Año Actual	Cargas Sociales Actual	Sueldos Año 1	Sueldos Año 2	Sueldos Año 3	Sueldos Año 4	Sueldos Año 5	
		Mensual año 1									
1	Manicura 1/2 Día	\$12,500.00	4.0		\$0.00	\$162,500.00	\$162,500.00		\$162,500.00		
2	Manicura Jornada Completa	\$25,000.00	8.0		\$0.00	\$0.00		\$325,000.00	\$325,000.00	\$325,000.00	
3	Manicura Jornada Completa	\$25,000.00	8.0		\$0.00	\$0.00				\$325,000.00	
4					\$0.00	\$0.00				\$0.00	
TOTAL					\$0.00	\$0.00	\$162,500.00	\$162,500.00	\$325,000.00	\$487,500.00	\$650,000.00
					\$0.00	\$222,500.00	\$222,500.00	\$445,000.00	\$667,500.00	\$890,000.00	

En función a la información mencionada, se determinan los flujos de fondos, los cuales se proyectan para los siguientes años, visualizando en los mismos los ingresos vs los egresos, dentro de estos se cuenta con Costos Fijos productivos en concepto de servicios consumidos presupuestados, entre otros. Se observa como el flujo del año 0 se ve impactado negativamente debido al impacto de la inversión necesaria, sin embargo, los flujos son positivos desde los periodos 1 al 5 siendo un buen indicador para implementar el proyecto con la propuesta de valor mencionada, considerando que para realizar el análisis se utilizan medidas de proyección conservadora, sabiendo que el impacto en redes sociales, puede generar una mayor repercusión en la estructura en los años mencionados y los posteriores. El análisis realizado y mencionado se lo visualiza según el siguiente detalle:



Universidad Nacional de Tucumán
Facultad de Ciencias Económicas
Instituto de Administración
Desarrollo de Competencias Emprendedoras



FLUJO DE FONDOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS						
Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 1.699.315,63	\$ 1.954.212,98	\$ 2.247.344,92	\$ 2.584.446,66	\$ 2.972.113,66
EGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS						
Materias primas e insumos	\$ -	\$ 438.299,76	\$ 504.044,73	\$ 579.651,44	\$ 666.599,15	\$ 766.589,03
Costos de Mano de Obra	\$ -	\$ 222.500,00	\$ 222.500,00	\$ 445.000,00	\$ 667.500,00	\$ 890.000,00
Electricidad	\$ -	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00
Gas	\$ -	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Agua	\$ -	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Teléfono / Internet	\$ -	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
Transporte y combustible	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Seguros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler	\$ -	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
Otros gastos afectos a impuestos (especificar. Ej. Beneficios Empleados)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad y/o Promoción	\$ -	\$ 156.000,00	\$ 174.000,00	\$ 197.400,00	\$ 227.820,00	\$ 267.366,00
Amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 14.555,22	\$ 14.555,22	\$ 7.768,65	\$ 7.768,65	\$ 7.768,65
Intereses crédito	\$ -	\$ 10.434,41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos Act. Económicas	\$ -	\$ 50.979,47	\$ 58.626,39	\$ 67.420,35	\$ 77.533,40	\$ 106.996,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 562.946,78	\$ 736.886,64	\$ 706.504,49	\$ 693.625,46	\$ 689.793,89
Otros Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos monotributo	\$ -	\$ 94.636,92	\$ 136.040,52	\$ 156.237,96	\$ 176.596,92	\$ -
Ganancias Netas Imponibles Anuales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 170.798,14
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 468.309,86	\$ 600.846,12	\$ 550.266,53	\$ 517.028,54	\$ 518.995,75
Ajuste por amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 14.555,22	\$ 14.555,22	\$ 7.768,65	\$ 7.768,65	\$ 7.768,65
Otros gastos no afectos a impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Retiro del Emprendedor	\$ -	\$ 330.000,00	\$ 363.000,00	\$ 399.300,00	\$ 439.230,00	\$ 483.153,00
Valor Crédito Solicitado	\$ 29.478,34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización de la deuda		\$ 29.478,34	\$ -			
Inversiones en activos	\$ 52.686,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversiones en capital de trabajo	\$ 40.901,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de desecho de inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 26.589,62
FLUJO DE FONDOS PROYECTO	\$ -93.588,39	\$ 152.865,07	\$ 278.990,95	\$ 158.735,18	\$ 85.567,19	\$ 43.611,40
FLUJO DE FONDOS INVERSIONISTA	\$ -64.110,05	\$ 152.865,07	\$ 252.401,34	\$ 158.735,18	\$ 85.567,19	\$ 70.201,02

Finalizando el análisis financiero el proyecto presentara un VAN (con tasa de 27%) de \$323.337,85; un monto atractivo además de ser positivo, la TIR del proyecto se encuentra en un 190.46%, el periodo de recupero de la inversión se estima en 7.3 meses, es decir, en un poco menos de un año.

VAN PROYECTO (27%)	\$323.337,85	
VAN INVERSIONISTA (27%)	\$344.378,70	
TIR PROYECTO	190,46%	
Periodo de recupero de inversión	220	Días
	7,3	Meses



CONCLUSIÓN

El proyecto en marcha es una actividad novedosa, diferencial en su propuesta, atractiva en sus innovaciones en redes sociales, con un impacto visual alto que arroja resultados positivos en un escenario conservador, funcional a pesar del escenario económico actual del país, con posibilidad de crecimiento y desarrollo por ser un negocio adaptado a las nuevas tecnologías, cabe destacar, que la inversión es moderada en comparación de los beneficios obtenidos, se visualiza por las variables cualitativas y cuantitativas expuestas como un proyecto sustentable de impacto económico positivo para la región, como fuente de empleo para la economía Tucumana.

VENTAJAS:

- Este negocio se adapta a las tecnologías actuales y su reconocimiento puede crecer exponencialmente debido al impacto que puede llegar a alcanzar con la utilización de las redes sociales.
- La diferenciación del negocio es factible por las técnicas utilizadas para prestar el servicio de Manicura.
- La creación de una experiencia de Marca, por el servicio completo que recibe el cliente desde que se contacta hasta que finaliza su prestación de servicio hace escalable el negocio.
- La posibilidad de crear comunidad en redes sociales permite generar una cartera de clientes.

DESVENTAJA

- Está sujeta a la demanda del mercado, el cual puede variar en algunas épocas del año.
- No es un emprendimiento de primera necesidad, por lo cual, en tiempos difíciles no permite expandirse con normalidad.
- La situación inestable del País y la creciente inflación es una variable a tener en cuenta a la hora de elaborar proyectos debido a que el impacto en la demanda de algunas actividades es considerable y en algunos casos hasta crítico.



BIBLIOGRAFÍA

- **REFERIDOS AL ARMADO DEL PROYECTO:**

Enrique Draier, Jimena Huarte, Adrian Leonardo Lebendiker, Alejandra Mendez, Gabriela Pértega, Maria del Pilar Rivas, Javier Romero Villanueva, Juan Sicardi, Mario Spina, Aledro Vicchi. Instituto de Emprendimientos Científicos y Tecnológicos - IECyT, INICIA, emprender para el futuro. Emprendedores Argentinos Asociación Civil EMPREAR. Contribuir al Desarrollo Local Asociación Civil (2013) *“Claves para Emprendedores. Conceptos Básicos para planificar y desarrollar tu proyecto”*

- **REFERIDOS AL MERCADO:**

Kotler, Philip; Armstrong, Gary (2012). *Principios de marketing*. Trad. Yago Moreno López (12ª edición). Madrid: Pearson Prentice Hall.

- **REFERIDOS A LOS PRECIOS EN EL MERCADO:**

<https://listado.mercadolibre.com.ar/belleza-y-cuidado-personal/manicura-y-pedicuria/unas-esculpidas/insumos-para-u%C3%B1as-esculpidas>

- **REFERIDOS A SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN**

<http://estadistica.tucuman.gov.ar/>

- **PROYECCIONES FINANCIERAS:**

Planilla de Excel presentada en clases “Análisis Económico competencias”.

- **MERCADO/COMPETENCIA/PRODUCTO/PLAN**

Planilla de Canvas presentada en clases