

**Estudio de factibilidad para la creación de una barbería ubicada en la comuna 6 de la  
ciudad de Cali**

**Miranda Collazos Camila**

**Molano Vélez Elizabeth**

**Director: Jhon Édison Valencia**

**Artículo presentado para optar al título de: Administrador de Empresas**



**Institución Universitaria Antonio José Camacho**

**Facultad Ciencias Empresariales**

**Programa de Administración de Empresas**

**2023**

### **Resumen**

El siguiente proyecto dará como resultado que actualmente en el sector Belleza en la ciudad de Cali por el alto potencial de clientes masculinos u otros, se da la oportunidad de prestar un servicio innovador optimo con una adecuada comodidad ya que por falta de lugares especializados para la atención de futuros clientes es crear un espacio exclusivo. Teniendo en cuenta la ejecución de un estudio de mercado donde arrojará el resultado verdadero de la demanda.

Para constancia el proyecto tendrá viabilidad para la creación, el resultado arrojará la oportunidad de negocio ofreciendo un servicio con optimización del tiempo de los futuros clientes que es una tradición la utilización de este servicio ya que existe mucha demanda en nuestra sociedad.

**Palabras clave:** Belleza, servicio, innovación, optimización.

### **Abstract**

The following project would give as a result that currently in the Beauty sector in the city of Cali due to the high potential of male clients and/or others, there is the opportunity to provide an optimal innovative service with adequate comfort since due to the lack of specialized places for the attention of future clients is to create an exclusive space. Taking into account the execution of a market study where it will show the true result of the demand. For proof, the project will have viability for the creation, the result will throw the business opportunity offering a service with optimization of the time of the future clients that is a tradition the use of this service since there is a lot of demand in our society.

**Keywords:** Beauty, service, innovation, optimization.

## **Introducción**

La barbería que estará ubicada en la Ciudad de Cali comuna 6, teniendo en cuenta que el hombre actual está a la vanguardia con su presentación personal en cuanto a su aspecto físico son fundamentales en la aceptación en la sociedad el cual ha evolucionado con el tiempo y se ha observado el crecimiento económico según las estadísticas que registra la Cámara y Comercio de Cali están ubicadas en las comunas 17, 2 y 19 correspondientes al 29.3% del total de la ciudad de Cali. En 2019, el número de peluquerías en Colombia fue de 261.678, de las cuales, 246.878 funcionaron como micronegocios de cuenta propia (una persona) y 14.800 como empleadores.

Es así como las peluquerías o salones de belleza actuales se han orientado en los diseños primordiales para mujeres, para un hombre dichos lugares le resulta incomodos esos espacios, se les hace imposible encontrar un valor agregado para el incentivar el uso de todos los servicios. Es por ello por lo que se ha tomado como idea de viabilidad de la formación de un negocio centrado en el hombre para la belleza masculina enfocado en la atención de cortes de cabello, barbas y entre otros llamado Estudio de factibilidad para la creación de una barbería ubicada en la comuna 6 de la ciudad de Cali.

El presente proyecto está compuesto de los siguientes capítulos: el planteamiento del problema seguido de la formulación de las preguntas de investigación. Luego se elabora la justificación del proyecto, seguido del marco referencial donde se presentan los antecedentes de la investigación, el marco teórico sobre los principales conceptos de la teoría de factibilidad. En el marco legal, se presentan las principales normas que rigen la realización de este trabajo y Posterior a ello, se describe a en el marco contextual la ubicación geográfica la cual tendrá el proyecto. Finalmente, se propone la metodología para desarrollar el proyecto, el cronograma de actividades y presupuesto.

## **1. Desarrollo del tema**

La presente investigación se apoya en la teoría de (Rubio, 2018) en la que afirma que las barberías tienen la finalidad de mejorar la calidad de vida, ya que los datos permiten afirmar que en 2017 solo el mercado total de afeitado masculino movió US\$148,8 millones, y en lo que va corrido de 2018 el monto ha sido de US\$157 millones.

Por consiguiente, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los clientes creando un espacio que ofrezca un servicio integral, donde puedan encontrar todo lo que necesitan para mejorar su aspecto físico, y se logren generar los reportes de la situación actual.

Actualmente se puede observar cómo el sector de la belleza masculina ha tenido un desarrollo considerable, se ha optado por desarrollar el proyecto en el barrio San Luis II de la ciudad de Cali, que por su ubicación estratégica ya que tiene una alta afluencia de personas se vuelve un lugar atractivo para la creación de dicho establecimiento. En la actualidad las barberías han tenido un gran surgimiento e impacto, puesto que, se ha demostrado que los beneficios que brindan han sobrepasado las expectativas generadas; el interés por investigar parte de la necesidad de la población de la comuna 6 de la ciudad de Cali.

Por esta razón, realizar y ejecutar el presente estudio, traerá consigo una utilidad práctica, la misma que se verá reflejada en el cambio de perspectiva de la población al adquirir un servicio integral de belleza lo que permitirá eliminar diferentes limitantes que le impiden el normal desenvolvimiento en las actividades diarias. Por lo antes mencionado podemos decir que los beneficiarios de la propuesta de factibilidad de la barbería son los hombres de la comuna 6, al recibir un servicio que le permita mejorar su estilo de vida mediante la aplicación de diferentes alternativas de belleza física.

## 2. Metodología

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas. (Abreu, 2014)

El método de estudio acorde al desarrollo de esta investigación es deductivo ya que por medio de la deducción se intercambia un conocimiento general a uno particular. Este método permite analizar e identificar cada una de las partes que componen la investigación la cual se va a desarrollar a través de estudios lógicos que permitan la ejecución.

Se utilizará la investigación mixta, por tanto, lo que hace es utilizar los dos métodos, pudiendo así conseguir un estudio más completo y detallado sobre un fenómeno determinado. Esta forma de investigar es muy habitual en las ciencias sociales. De la misma forma, es un método muy utilizado en otros campos como la psicología, sociología o economía. El motivo es que el ser humano es una entidad compleja y, por tanto, se debe utilizar, preferentemente, este tipo de investigación (Arias, 2020).

Teniendo en cuenta este concepto, en el desarrollo de esta investigación se acudirán a técnicas de recolección de la información de ambos enfoques que aportarán las herramientas necesarias para el desarrollo de dicho estudio en los mercados dando una posible solución al planteamiento del problema.

Teniendo en cuenta este concepto, en el desarrollo de esta investigación se acudirán a técnicas de recolección de la información de ambos enfoques que aportarán las herramientas necesarias

para el desarrollo de dicho estudio en los mercados dando una posible solución al planteamiento del problema.

### 3. Resultados

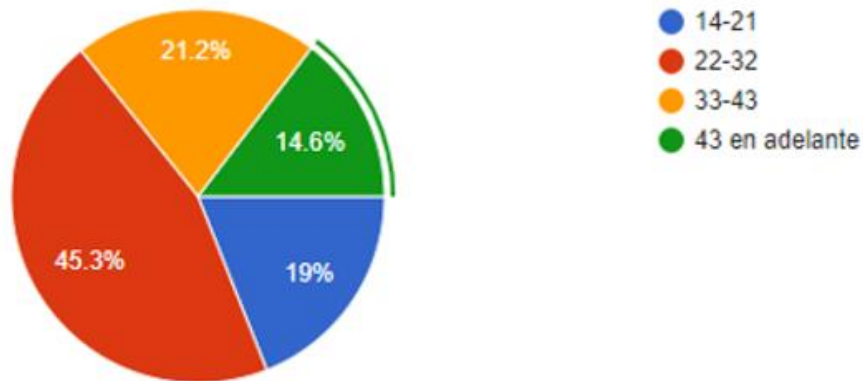
#### 3.1 Estudio de mercado

Con la información del mercado obtenida emitido por la Alcaldía de Santiago de Cali (2020), se puede determinar que la población del barrio San Luis II se encuentra distribuida aproximadamente, para hombres 4.681 habitantes y para mujeres 5.263 habitantes para un total de habitantes de 9.944 personas, enfocando el estudio en los hombres de la población objeto de estudio para determinar qué tamaño de muestra.

Cuando se conoce el total de la población objeto de estudio, da como resultado un total de 137 personas a encuestar.

#### Figura

*Grupo de edades*



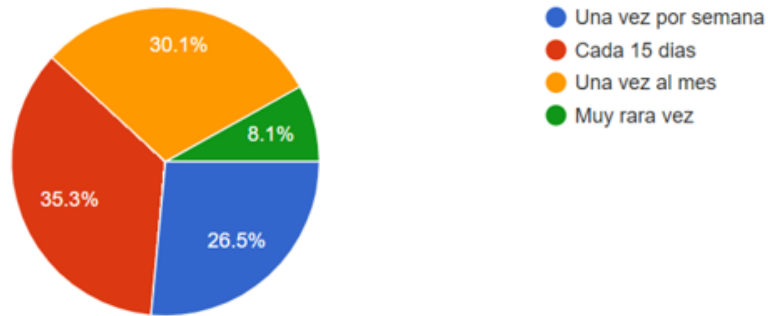
Fuente: Elaboración Propia

El 45,3% arroja que los más encuestados son entre 22 a 32 años, el 21,2% es de 33 a 43 años, el 19% son edades de 14 a 21 años y un 14,6% son de 43 años en adelante. Se puede evidenciar

que se presentó alto porcentaje de varias edades y la encuesta muestra un gran balance de opiniones en nuestro mercado objetivo, así vemos que nuestra idea de negocio va dirigido a todas las edades que ofrecerá el servicio de la barbería.

**Figura**

*Frecuencia de asistencia a un servicio de barbería*



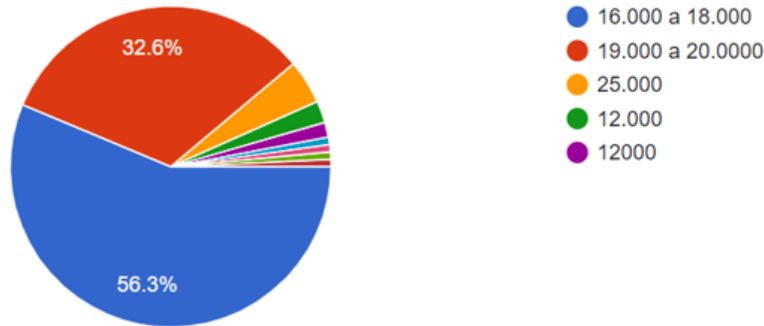
Fuente: Elaboración Propia

El 35,3% de los encuestados respondieron que asisten cada 15 días a un servicio de barbería, el 30,1% una vez al mes, el 26,5% una vez por semana y un 8,1% muy rara vez. Nos arroja algo muy positivo por la alta demanda y dar a la creación de la barbería.

Al encontrar de qué 89 personas de 137 encuestados respondieron que su preferencia para el servicio de corte lo prefieren que sea una mujer. Dando un alto porcentaje con el (65,4%).

**Figura**

*precio que estaría dispuesto a pagar por un corte de cabello, barba y cejas.*

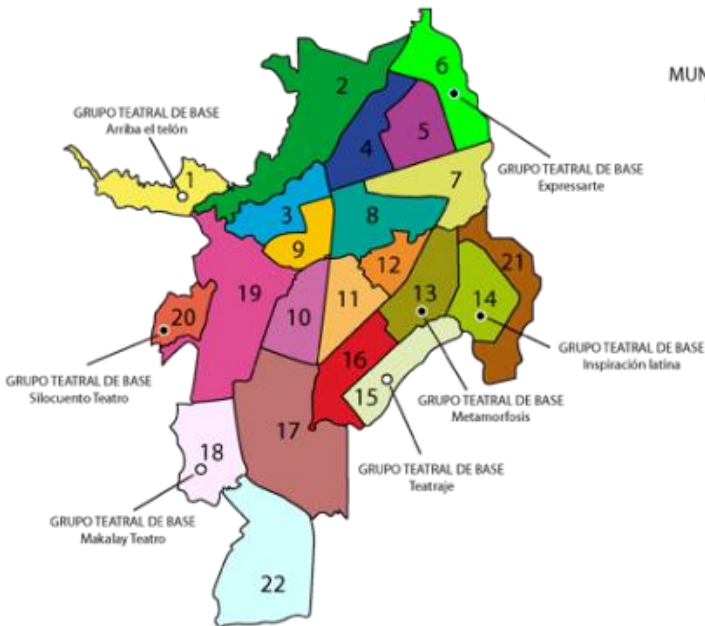


Elaboracion: Fuente Propia

El 56,3% estaría dispuesto a pagar entre \$16.000 y 18.000 pesos ya que este valor oscila en el preio del mercado, esto muestra un factor importante un crecimiento de la barberia ya que el servicio se encuentra entre los precios establecidos.

**3.2 Estudio técnico**

La barbería estará ubicada en el municipio Santiago de Cali en el barrio San Luis II de la comuna 6.



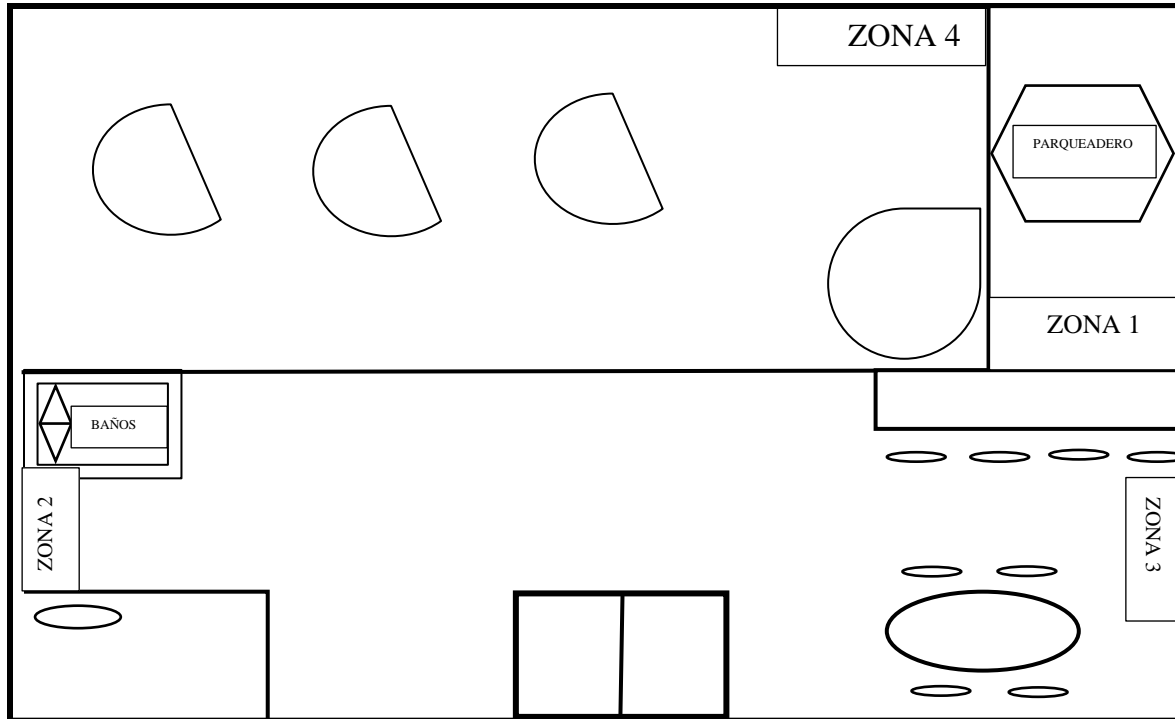


## FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA BARBERIA

Nos enfocaremos en la atención, el buen manejo de turnos, ser flexibles con los clientes para correr o modificar sus turnos ya separados, también tener en cuentas todas las recomendaciones y sugerencias que den los clientes para así mismo nosotros poder tomar correctivas en el servicio.

Buscamos dar a conocer una experiencia que pueda ir más allá de un buen corte, se requiere de un ambiente diferente y una excelente atención, donde cuenten con toda la comodidad para que los clientes se sientan como en casa.

Para el proyecto se requiere de un local que cuente con espacios para la instalación de una sala grande para colocar las sillas de atención, un espacio para el área de servicio y atención, una sala de espera para su turno y un parqueadero.

*Distribución de planta de la Barbería.*

**Fuente:** Elaboración propia

Zona 1: estará ubicada la zona de parqueadero para los clientes.

Zona 2: Estará ubicada la persona que informará la llegada del cliente para ser atendido y el baño

Zona 3: espacio para esperar.

Zona 4: salón de atención.

### 3.3 Estudio administrativo y legal

Es muy importante tener en cuenta la normatividad de Colombia para la creación de empresas como lo es una Barbería sería conformada como una S.A.S. (Sociedad por acciones simples) con un capital y régimen simplificado, que será ubicada en el sector (belleza y peluquería) sur función será servicio de cortes y asesoría según su estilo.

Requisitos:

- Nombre, Documento de Identificación, Dirección
- Tener una razón social adicional se le coloca el final S.A.S
- Termina en cuanto a duración un término indefinido
- Debe de tener claro de qué actividad principal va a realizar
- Tiene limitación en la responsabilidad en la obligaciones fiscales y laborales
- Tener al menos un representante legal (Camara de comercio de Cali, 2020)

### 3.4 Estudio financiero

Con este estudio se registra la operación financiera del proyecto a detalle, con el cual se aprecia la participación de las inversiones en capital de trabajo y activos, en ese sentido, se establece el grado de inversión del proyecto por el cual será aprobado o rechazado.

#### 3.4.1 Inversión inicial

La inversión inicial es el recurso económico necesario para dar comienzo al funcionamiento y operación del proyecto, donde se contempla un rubro de inversión de \$ 20.650.000, en la cual se contempla todo los activos fijos y diferidos.

Para hallar la inversión inicial se tuvo en cuenta: la inversión inicial neta (maquinaria y equipo, equipos de cómputo y otros recursos), los gastos y permisos (uso del suelo, Invima, Registro Mercantil) y Capital de Trabajo (Costos de mercancía, gastos de administración).

#### Tabla

##### *Inversión inicial*

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Activos Fijos	\$ 19.550.000
Diferidos	\$ 1.100.000
<b>Total, Inversión</b>	<b>\$ 20.650.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4.2 Análisis del inversionista

#### TIR Y VNA

Los indicadores financieros en cualquier proyecto permiten valorar el impacto sobre el desempeño y la estabilidad de la situación financiera, es decir, se convierte en un instrumento para la eficiente toma de decisiones en la gerencia.

Para el cálculo de la tasa interna de retorno, se contemplan escenarios en la tasa de descuento- KO- utilizada bajo lineamiento de bolsa de valores Colombia de los principales entidades financieras (PFAVAL, BCOLOMBIA, PFDVVNDA), en su emisión de bonos., Es indispensable aclarar que el tipo de riesgo que se observa es conservador, y que los valores corresponden a escenarios en el cual la tasa de descuento con la que se iguala a cero los flujos de efectivos proyectados. (Revista Dinero, 2022)

**Tabla 1**

*Calculo Tasa interna de retorno*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo de caja</b>	-\$20.650.000	\$ 4.332.540	\$ 11.812.991	\$ 24.807.392	\$ 43.233.385	\$ 37.831.311
<b>KO</b>	12%					

<b>Valor Presente Neto</b>	<b>\$ 59.235.094</b>
<b>Tasa interna de Retorno</b>	66,9%
<b>Tasa interna de Oportunidad (TIO)</b>	2,3%
<b>Bonos del estado Emisión 2022 EPM</b>	12,15%
<b>Inflación</b>	9,67%

Fuente: Elaboración Propia

El valor presente neto, contemplan que se debe aceptar un proyecto si su VAN es positivo y rechazarlo si es negativo. Por consiguiente, si el VAN es cero, y cumple con la condición de la

TIR, donde esta debe ser mayor al KO (rentabilidad mínima esperada), representa que se acepta el proyecto, de lo contrario no se podrá aceptar y rechaza el proyecto.

El comportamiento de la TIR en el proyecto es de 66,9%; es decir, que con ese porcentaje se iguala a cero el VNA, siendo este un resultado conveniente para el inversionista, por tanto, se determina que la TIR se comporta atractiva ante las oportunidades que contempla el proyecto por los diferentes supuestos, así mismo se obtiene una tasa interna de retorno mayor que KO cumpliendo con ello la garantía de ejecutar el proyecto y ser aprobado financieramente.

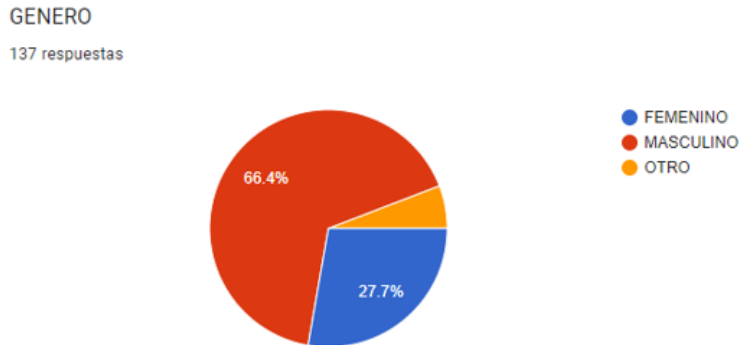
Lo anterior representa que es para el inversionista mayormente factible invertir en este proyecto, en vez de conservar su dinero en una entidad financiera. Además de ello al ser la TIR del 66% resulta alta ante la mira de los inversionistas, por lo cual es importante mencionar que esta depende del grado de inversión en capital trabajo y activos, donde en su constitución se da bajo un esquema de financiación propia.

### **3.5 Estudio ambiental**

Como base para el análisis normativo de la gestión integral de residuos en Colombia, es necesario conocer las definiciones del término residuo, sus clasificaciones en el contexto legal, el concepto de gestión aplicado a los diferentes escenarios y tipos de residuos.

#### 4. Discusión

##### Tipo de Género

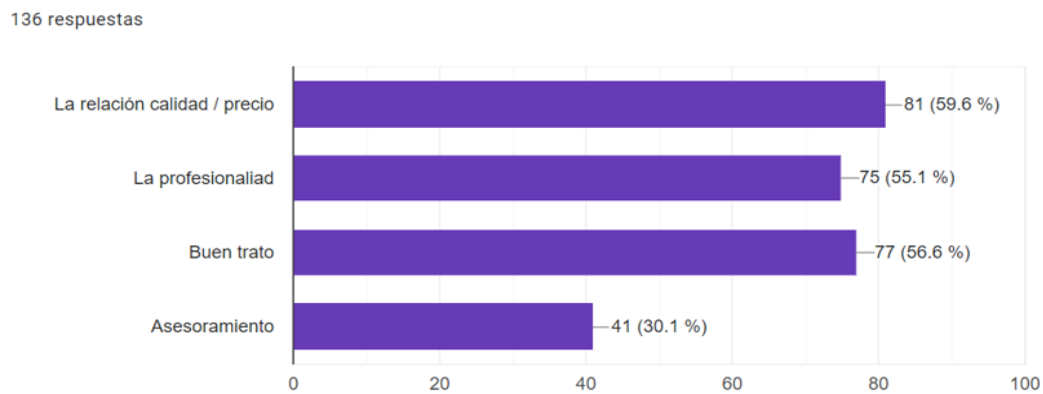


Fuente: Elaboración Propia

Aquí podemos evidenciar que los 137 encuestados, el 66,4% son masculinos, el 27,7% es femenino y un 5,9% otros, donde se evidencia que los hombres les gusta la atención de una barbería y el resto de encuestados tiene también participación en el mercado.

##### Figura

##### *Preferencia en la generacion de valor en el servicio*



Elaboración: Fuente Propia

El 59,6% y el 56,6% de los encuestados respondieron que prefieren la relación calidad y precio y buen trato siendo esto uno de los factores más relevante a la hora de prestar un servicio de corte.

En general el estudio realizado a 137 personas encuestadas, se puede establecer la viabilidad para la creación de una Barbería en la comuna 6 ubicado en el norte de la Ciudad de Cali, las encuestas arrojaron una variabilidad de espacios temáticos e innovadores, calidad en su servicio, donde los resultados principales se inclinan por una particularidad en el servicio relación precio/experiencia, lo cual deberá estar enmarcado en la infraestructura, el personal y el tiempo de corte.

En ese orden de ideas, también se logró identificar que, si bien los hombres están acostumbrados a ser atendidos de manera tradicional por su mismo género, les genera una confianza, un nuevo segmento en el que mujeres logren ofertar este servicio, teniendo en cuenta sus preferencias y los tiempos, así mismo la frecuencia predomina con un servicio cada 15 días.

¿Qué tan viable es la creación de la barbería en el barrio San Luis II?

Podemos afirmar que la creación y la inversionista mayormente factible invertir en este proyecto, en vez de conservar su dinero en una entidad financiera. Además de ello al ser la TIR del 66% resulta alta ante la mira de los inversionistas, por lo cual es importante mencionar que esta depende del grado de inversión en capital trabajo y activos, donde en su constitución se da bajo un esquema de financiación propia.

**La Tasa Interna de Retorno TIR**, donde esta debe ser mayor al KO (rentabilidad mínima esperada), representa que se acepta el proyecto, de lo contrario no se podrá aceptar y rechaza el proyecto.

El comportamiento de la TIR en el proyecto es de 66,9%; es decir, que con ese porcentaje se iguala a cero el VNA, siendo este un resultado conveniente para el inversionista, por tanto, se determina que la TIR se comporta atractiva ante las oportunidades que contempla el proyecto por los diferentes supuestos, así mismo se obtiene una tasa interna de retorno mayor que KO cumpliendo con ello la garantía de ejecutar el proyecto y ser aprobado financieramente.

Lo anterior representa que es para el inversionista mayormente factible invertir en este proyecto, en vez de conservar su dinero en una entidad financiera. Además de ello al ser la TIR del 66% resulta alta ante la mira de los inversionistas, por lo cual es importante mencionar que esta depende del grado de inversión en capital trabajo y activos, donde en su constitución se da bajo un esquema de financiación propia.

### **Cálculo del P.E**

El cálculo del punto de equilibrio se determina a partir del conocimiento de los costos fijos y costos variables, discriminando el margen de contribución de cada producto y el general de la empresa.

En este orden de ideas, y teniendo en cuenta que este es un punto de equilibrio, se aplica el método de margen de contribución promedio, en el que se determina bajo los costos fijos entre el margen de contribución total de la empresa, hallando la cantidad de ventas esperadas por cada servicio, de los cuales los porcentajes se obtienen por el estudio de mercado y la percepción del consumidor.

Al observar los resultados, se estipula que el mínimo de ventas por unidades es de 445 servicios en el mes, un poco menos de lo contemplado que son 480 entre los servicios de corte de cabello y diseño de barba. Así mismo el punto de equilibrio explica que deberá ingresar \$8.231.115 mensuales. En este punto es donde se igualan costos totales con ingresos, es decir, que para el proyecto en ese punto no existe ni pérdidas ni ganancias durante la prestación del servicio.



## 5. Conclusiones

Los estudios resultantes para la creación de una Barbería en la ciudad de Cali demuestran que es un modelo de negocio con gran potencial, guiado a la oferta de servicios de cuidado personal para hombres en el corte y mantenimiento de diseños de barbas y cejas. La propuesta de valor propuesta está enfocada en la generación de experiencias a través de estrategias de marketing sensorial, con una ambientación agradable para quienes tomen los servicios y manejo de redes sociales en la humanización de la marca.

La oferta de los servicios tendrá una clientela de mayor predominancia entre los 22 años y 43 años, por lo cual se deberán efectuar las estrategias de fidelización necesarias para garantizar los niveles de ocupación, así mismo, se observó que la Barberia deberá crear alianzas estratégicas con marcas reconocidas para tener una mayor acogida del mercado, pues quienes respondieron las encuestas daban explicaciones de los cansados que se sienten por los malos productos utilizados y la poca atención mientras esperan su turno.

La barbería es un proyecto que, desde el punto de vista técnico, contará con todo lo necesario para el cubrimiento de la demanda, en general la descripción de procesos y tiempos estará fijada para disminuir tiempo de espera, grados de especialidades para prestar un servicio de alta calidad bajo una atención femenina que le dará la esencia de la atención, ubicada en la comuna 6 de la ciudad de Cali, y está dirigido a todo tipo de cliente.

El estudio de factibilidad y la estructura financiera se enfocará en su estrategia de competencia y dirección de un servicio de una innovación con un valor agregado y atención con su personal altamente capacitado, por tanto tendrá unos costos fijos asegurados para cada rubro y atendiendo una demanda de 6.336 servicios en el año, se lograra tener utilidades durante un horizonte de tiempo de 5 años de \$1.197.811 para el primer año de funcionamiento y \$17.273.678 para su

quinto año, en ese sentido la TIR logra alcanzar un nivel esperado por los inversionistas de 66,9%, la cual permite tener un valor presente neto de \$ 59.235.094 , que en efecto garantiza la viabilidad económica, y que prevé un crecimiento efectivo para los años siguientes bajo un escenario moderado.

### Referencias

- Abreu, J. (1 de 12 de 2014). *El Método de la Investigación*.
- Alcaldia de santiago de Cali. (04 de 11 de 2004). *Datos de Cali y el Valle del Cauca*.  
<https://www.cali.gov.co>
- Amezcuca, M. (1997). Barberos y sangradores flebotomianos en Granada: norma y sociedad en los siglos XVII y XVIII. . *Cultura de los cuidados*, 5(1), 31-36.
- Anonimo. (2022). *questionpro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Camara de comercio de Cali. (09 de Junio de 2020). *Camara de comercio de Cali*. Informe No.
- Pacheco, C., Carmona, C., & Zapata, J. (2013). *Marketing sensorial como herramienta para captar y satisfacer al cliente [trabajo de grado]* . Bogotá, Colombia: Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario.
- Ríos, V. R. (2018). *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial*. Madrid: Esic Editorial.
- Romo, H. L. (1998). *La metodología de encuesta*. La metodología de encuesta:  
[https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia\\_encuestas.pdf](https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia_encuestas.pdf)
- Sampiere, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. :Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Santos, T. (2018). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. . *Contribuciones a la Economía*, 1(1), 11-16.
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.