



**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Carrera de Administración de Empresas**

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE UNA  
PROPUESTA DE EXPANSIÓN PARA EL  
CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL SANTA  
CECILIA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado  
de Licenciado en Administración de Empresas**

**Autor:**

Patricio Sebastián Ramia Bermeo

**Directora:**

Ing. María Ximena Moscoso Serrano

**Cuenca – Ecuador**

**2023**

## **DEDICATORIA**

- Dedico esta tesis a Dios, quien ha sido nuestra principal motivación para conseguir nuestras metas.
- A mis padres, gracias por su apoyo, sacrificio y dedicación, los cuales me han inspirado durante mi vida estudiantil, además me han enseñado valores como el respeto, responsabilidad, honestidad que me han servido para ser una mejor persona cada día.
- También dedico este trabajo de titulación a mi hermana y demás seres queridos, a los cuales agradezco por su comprensión y apoyo en momentos difíciles.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por brindarme salud, ser mi promotor para superar cada etapa de mi vida y estar conmigo en todo momento.

A mis padres, hermana, enamorada y amigos por el apoyo incondicional durante todo este tiempo académico, porque gracias a ellos he sobresalido en cada etapa, además de su apoyo moral en momentos difíciles.

A mi tutora de tesis, la ingeniera Ximena Moscoso, por apoyarme durante el desarrollo de este trabajo de titulación, ya que sus consejos y su conocimiento en las materias recibidas, han sido un aporte esencial para mi vida profesional. Finalmente quiero agradecer a la Universidad del Azuay y a mis profesores, que, gracias a ellos y sus conocimientos impartidos, me han formado para ser un excelente profesional, llevo recuerdos únicos vividos en las aulas junto con nuestros compañeros.

# Índice de Contenidos

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
Índice de Contenidos .....	iii
Índice de tablas y figuras .....	vii
Índice de anexos .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
Introducción.....	3
1. MARCO TEÓRICO .....	3
1.1 Proyecto de inversión .....	3
1.1.1 Tipos de proyecto de inversión.....	3
1.1.2 Ciclo de un Proyecto de inversión .....	4
1.1.3 Evaluación de proyectos de inversión .....	4
1.1.4 Proyecto de inversión para expansión en una microempresa .....	4
1.2 Centro de estética y belleza.....	5
1.2.1 Formación profesional en el centro de estética .....	5
1.3 Estudio de factibilidad.....	5
1.3.1 Estudio de mercado .....	7
1.3.1.1 Objetivo de la investigación de mercado .....	7
1.3.1.2 Definición de mercado.....	8
1.3.1.3 Definición de demanda.....	8
1.3.1.4 Definición de oferta .....	9
1.3.1.5 Definición de precio .....	9
1.3.2 Estudio técnico/operativo .....	9
1.3.2.1 Tamaño del proyecto.....	10
1.3.2.2 Localización del proyecto.....	11
1.3.2.3 Ingeniería del proyecto .....	11
1.3.2.4 Estructura organizacional .....	11
1.3.3 Estudio financiero .....	12
1.3.3.1 Objetivo del estudio financiero .....	12
1.3.3.2 Ingresos.....	12

1.3.3.3 Egresos .....	13
1.3.3.4 Flujo de efectivo.....	14
1.3.3.4 Financiamiento .....	14
1.3.4 Evaluación financiera .....	14
1.3.4.1 Periodo de recuperación de capital descontado (PRD).....	15
1.3.4.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	15
1.3.4.3 Valor Actual Neto (VAN) .....	15
1.3.4.4 Razón costo/beneficio .....	16
1.3.4.5 Análisis de riesgo .....	16
CAPÍTULO 2 .....	17
Introducción.....	17
2. Estudio de Mercado .....	17
2.1 Problemática de la investigación .....	17
2.2 Objetivos .....	18
2.2.1 Mercadológico .....	18
2.2.2 General.....	18
2.2.3 Específicos.....	18
2.3 Servicios a ofrecer .....	18
2.3.1 Corte de cabello .....	18
2.3.2 Peinado de cabello.....	19
2.3.3 Manicure .....	20
2.3.4 Pedicure .....	20
2.3.5 Colorimetría .....	21
2.3.6 Maquillaje .....	22
2.4 Segmentación de mercados.....	22
2.4.1 Segmentación Conductual .....	23
2.4.2 Segmentación demográfica .....	23
2.4.3 Segmentación geográfica.....	23
2.5 Metodología.....	23
2.5.1 Diseño de la muestra .....	24
2.5.1.1 Población.....	24
2.5.1.2 Muestra.....	26
2.6 Aplicación de encuestas.....	26
2.7 Proyección de la demanda.....	36
2.8 Determinación de oferta.....	40

2.9 Participación del mercado .....	41
CAPÍTULO 3 .....	43
Introducción.....	43
3. Estudio técnico/operativo .....	43
3.1 Determinación del tamaño del gabinete .....	43
3.2 Localización del gabinete .....	45
3.2.1 Macro localización .....	45
3.2.2 Micro localización .....	46
3.3 Ingeniería del proyecto .....	48
3.3.1 Diagrama de flujo del centro de estética.....	48
3.3.2 Muebles, maquinaria y equipo .....	50
3.3.2.1 Proveedores .....	50
3.3.2.2 Maquinaria y equipo .....	53
3.3.2.3 Muebles y enseres .....	57
3.3.2.4 Equipo de computación .....	65
3.3.2.5 Equipo de oficina .....	68
3.4 Layout.....	69
3.5 Organigrama general del gabinete. ....	70
3.6 Manual de funciones .....	71
3.7 Marco legal.....	75
3.7.1 Tipo de Empresa .....	76
3.7.1.1 Constitución de la Microempresa Unipersonal .....	76
3.7.1.2 Trámite de legalización .....	76
3.7.1.3 Requerimientos tributarios.....	77
3.7.1.4 Permisos de funcionamiento .....	77
3.7.2 Inversión en documentación legal.....	79
CAPÍTULO 4 .....	80
Introducción.....	80
4. Estudio financiero .....	80
4.1 Inversiones requeridas.....	80
4.1.1 Activos fijos .....	81
4.1.1.1 Depreciaciones de activos fijos.....	83
4.1.2 Activos diferidos.....	86
4.1.2.1 Amortización de activos diferidos .....	87
4.1.3 Capital de trabajo.....	88

4.1.3.1 Materia prima e insumos .....	88
4.1.3.2 Mano de obra directa .....	92
4.1.3.3 Implementos de trabajo .....	93
4.1.3.4 Gastos de administración .....	94
4.1.3.5 Gasto de ventas .....	96
4.2 Presupuesto de costos y gastos .....	97
4.3 Ingresos .....	98
4.4 Flujo de caja .....	102
4.5 Financiamiento.....	104
4.6 Punto de equilibrio .....	105
4.7 Valor actual neto.....	107
4.8 Tasa interna de retorno .....	108
4.9 Periodo de recuperación de la inversión .....	110
4.10 Análisis de riesgo.....	111
4.10.1 Análisis de sensibilidad .....	111
Conclusiones .....	113
Recomendaciones .....	114
Referencias.....	115

# Índice de tablas y figuras

## Tablas

<b>Tabla 1:</b> Población proyectada para el año 2023 en la ciudad de Cuenca .....	24
<b>Tabla 2:</b> Población proyectada para el año 2023 para la parroquia urbana San Sebastián .....	25
<b>Tabla 3:</b> Población por edades de las parroquias urbanas del cantón Cuenca .....	37
<b>Tabla 4:</b> Demanda proyectada en parroquia “San Sebastián” .....	38
<b>Tabla 5:</b> Demanda proyectada hacia el futuro .....	39
<b>Tabla 6:</b> Demanda por frecuencia de consumo del usuario .....	39
<b>Tabla 7:</b> Información salones de belleza competencia .....	40
<b>Tabla 8:</b> Oferta proyectada .....	41
<b>Tabla 9:</b> Participación de mercado proyectada a cubrir .....	42
<b>Tabla 10:</b> Demanda potencial por servicios .....	44
<b>Tabla 11:</b> Demanda anual por servicios .....	44
<b>Tabla 12:</b> Demanda mensual por servicios .....	45
<b>Tabla 13:</b> Matriz de método cualitativo por puntos .....	47
<b>Tabla 14:</b> Posibles proveedores de equipo .....	51
<b>Tabla 15:</b> Muebles maquinaria y equipo para salón de belleza .....	52
<b>Tabla 16:</b> Manual de funciones para el cargo de gerente general .....	71
<b>Tabla 17:</b> Manual de funciones para el cargo de contador .....	72
<b>Tabla 18:</b> Manual de funciones para el cargo de cajero-recepcionista .....	73
<b>Tabla 19:</b> Manual de funciones para el cargo de jefe de estilistas .....	73
<b>Tabla 20:</b> Manual de funciones para el cargo de estilista .....	74
<b>Tabla 21:</b> Manual de funciones para el cargo de encargado de marketing .....	75
<b>Tabla 22:</b> Inversiones requeridas .....	81
<b>Tabla 23:</b> Activos fijos necesarios para el salón de belleza .....	81
<b>Tabla 24:</b> Inversión requerida en activos fijos .....	82
<b>Tabla 25:</b> Depreciación de activos .....	83
<b>Tabla 26:</b> Depreciación de equipo de computación .....	84
<b>Tabla 27:</b> Depreciación de equipo de oficina .....	84
<b>Tabla 28:</b> Depreciación de muebles y enseres .....	85
<b>Tabla 29:</b> Depreciación de maquinaria y equipo .....	85
<b>Tabla 30:</b> Gastos legales .....	86
<b>Tabla 31:</b> Adecuaciones .....	86
<b>Tabla 32:</b> Inversión total en activos diferidos .....	87
<b>Tabla 33:</b> Amortización de gastos legales .....	87
<b>Tabla 34:</b> Amortización de adecuaciones .....	87
<b>Tabla 35:</b> Capital de trabajo para el salón de belleza .....	88
<b>Tabla 36:</b> Tintes y productos para servicios de colorimetría .....	89
<b>Tabla 37:</b> Esmaltes y productos para manicure / pedicure .....	89
<b>Tabla 38:</b> Productos para maquillaje .....	90
<b>Tabla 39:</b> Productos para peinados y tratamientos en el cabello .....	91
<b>Tabla 40:</b> Inversión en materia prima e insumos .....	92
<b>Tabla 41:</b> Salarios mano de obra directa .....	93
<b>Tabla 42:</b> Salarios mano de obra directa para el segundo año .....	93
<b>Tabla 43:</b> Implementos de trabajo necesarios para salón de belleza .....	94
<b>Tabla 44:</b> Salarios personal administrativo .....	94
<b>Tabla 45:</b> Salarios personal administrativo a partir segundo año .....	95

<b>Tabla 46:</b> Servicios básicos para un salón de belleza .....	95
<b>Tabla 47:</b> Mantenimiento de maquinaria para un salón de belleza.....	96
<b>Tabla 48:</b> Gastos de publicidad.....	97
<b>Tabla 49:</b> Presupuesto de costos y gastos .....	97
<b>Tabla 50:</b> Servicios demandados para el año actual .....	99
<b>Tabla 51:</b> Precio para procedimientos de cabello .....	99
<b>Tabla 52:</b> Proyección de ingresos año 2023 .....	100
<b>Tabla 53:</b> Proyección de ingresos año 2024 .....	100
<b>Tabla 54:</b> Proyección de ingresos año 2025 .....	100
<b>Tabla 55:</b> Proyección de ingresos año 2026 .....	100
<b>Tabla 56:</b> Proyección de ingresos año 2027 .....	101
<b>Tabla 57:</b> Proyección de ingresos año 2028 .....	101
<b>Tabla 58:</b> Proyección de ingresos año 2029 .....	101
<b>Tabla 59:</b> Proyección de ingresos año 2030 .....	101
<b>Tabla 60:</b> Ingresos proyectados del salón .....	102
<b>Tabla 61:</b> Flujo de caja proyectado.....	103
<b>Tabla 62:</b> Sistema de financiamiento.....	104
<b>Tabla 63:</b> Financiamiento Ban Ecuador.....	104
<b>Tabla 64:</b> Amortización de la deuda .....	105
<b>Tabla 65:</b> Costos fijos y variables.....	105
<b>Tabla 66:</b> Punto de equilibrio para el año 2023 .....	106
<b>Tabla 67:</b> Valor presente neto.....	108
<b>Tabla 68:</b> Valor presente neto.....	109
<b>Tabla 69:</b> Valor presente neto.....	110
<b>Tabla 70:</b> Periodo de recuperación descontado .....	110
<b>Tabla 71:</b> Análisis de sensibilidad .....	111

## Figuras

<b>Figura 1:</b> Estructura de un estudio de factibilidad .....	7
<b>Figura 2:</b> Diseño de corte de cabello para hombre .....	19
<b>Figura 3:</b> Diseño de peinado de mujer.....	19
<b>Figura 4:</b> Ejecución de manicure .....	20
<b>Figura 5:</b> Ejecución de pedicure .....	21
<b>Figura 6:</b> Ejecución de tinte de cabello .....	21
<b>Figura 7:</b> Maquillaje profesional para evento formal .....	22
<b>Figura 8:</b> Uso servicios de estética y peluquería .....	27
<b>Figura 9:</b> Habita en el casco urbano de Cuenca.....	28
<b>Figura 10:</b> Sexo de los encuestados.....	28
<b>Figura 11:</b> Edad de los encuestados.....	29
<b>Figura 12:</b> Nivel de educación de los encuestados .....	30
<b>Figura 13:</b> Ocupación de los encuestados.....	30
<b>Figura 14:</b> Frecuencia de uso de servicios de estética y peluquería .....	31
<b>Figura 15:</b> Fidelización a competencia.....	31
<b>Figura 16:</b> Nivel de aceptación de los encuestados en cuanto al nuevo salón.....	32
<b>Figura 17:</b> Factores importantes para atracción de clientes.....	33
<b>Figura 18:</b> Gasto promedio por cliente .....	34
<b>Figura 19:</b> Servicios a ofrecer a clientes.....	35
<b>Figura 20:</b> Servicios personalizados .....	35
<b>Figura 21:</b> Parroquias urbanas del cantón Cuenca.....	46

<b>Figura 22:</b> Diagrama de flujo del centro de estética y peluquería .....	48
<b>Figura 23:</b> Máquina de cortar cabello y barba Surker Turbo .....	53
<b>Figura 24:</b> Plancha para alisado BaByliss Pro.....	53
<b>Figura 25:</b> Plancha para rizos Shine Therapy Ci11AF Pro .....	54
<b>Figura 26:</b> Máquina depiladora corporal y de cejas .....	54
<b>Figura 27:</b> Vaporizador para cabello y piel nano hair Cuidado Persona .....	55
<b>Figura 28:</b> Secador Turbo con sillón .....	55
<b>Figura 29:</b> Lámpara UV Secador De Uñas .....	56
<b>Figura 30:</b> Máquina Pulidor De Uñas Eléctrico .....	56
<b>Figura 31:</b> Secador de pelo profesional .....	57
<b>Figura 32:</b> Sillón Reclinable Hudson.....	57
<b>Figura 33:</b> Espejo Hamilton con luces.....	58
<b>Figura 34:</b> Mesa para manicure .....	58
<b>Figura 35:</b> Silla moderna para manicure.....	59
<b>Figura 36:</b> Set para pedicura .....	59
<b>Figura 37:</b> Lava cabeza americano .....	60
<b>Figura 38:</b> Set de peinillas para el cabello.....	60
<b>Figura 39:</b> Set de cepillos Spornette Magnesium Miracle and Big Wonder .....	61
<b>Figura 40:</b> Set de tijeras .....	61
<b>Figura 41:</b> Carritos auxiliares .....	62
<b>Figura 42:</b> Recibidor.....	62
<b>Figura 43:</b> Silla de oficina .....	63
<b>Figura 44:</b> Sillón de espera .....	63
<b>Figura 45:</b> Estantes .....	64
<b>Figura 46:</b> Vitrinas.....	64
<b>Figura 47:</b> Cafetera .....	65
<b>Figura 48:</b> Computadora Dell .....	65
<b>Figura 49:</b> Alexa Echo Show 8 Segunda Generación 2021 .....	66
<b>Figura 50:</b> Impresora Epson .....	66
<b>Figura 51:</b> Mouse inalámbrico.....	67
<b>Figura 52:</b> Cámara de seguridad.....	67
<b>Figura 53:</b> teléfono convencional .....	68
<b>Figura 54:</b> teléfono móvil .....	68
<b>Figura 55:</b> Calculadora .....	69
<b>Figura 56:</b> Organización de salón de belleza .....	70
<b>Figura 57:</b> Organigrama centro de estética y peluquería Santa Cecilia.....	70

## Índice de anexos

<b>Anexo 1:</b> Modelo de encuesta. ....	119
<b>Anexo 2:</b> Financiamiento Ban Ecuador.....	121
<b>Anexo 3:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en las inversiones .....	122
<b>Anexo 3:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en las inversiones .....	123
<b>Anexo 4:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en las ventas. ....	124
<b>Anexo 5:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en las ventas. ....	125
<b>Anexo 6:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en los costos y gastos. ....	126
<b>Anexo 7:</b> Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en los costos y gastos. ....	127

## RESUMEN

El presente estudio tiene la finalidad de determinar la factibilidad de un proyecto de expansión para el Centro de Formación Artesanal “Santa Cecilia” con la apertura de un centro de estética y peluquería en la ciudad de Cuenca, por lo que en primera instancia se desarrolló el marco teórico y se expuso la guía metodológica a seguir. Posteriormente, se realizó el estudio de mercado en el cual, por medio de una investigación cuantitativa, se determinaron distintos aspectos trascendentes como el nivel de aceptación por parte del público objetivo; después se llevó a cabo el estudio técnico/operativo, en el que se establecieron aspectos organizativos y funcionales importantes, tales como: tamaño, localización, organigrama, manual de funciones, aspectos legales, etc. Finalmente se elaboró el estudio financiero y evaluación económica, obteniendo un resultado favorable para la implementación del centro de estética, llegando a la conclusión de que es un proyecto rentable y factible.

**Palabras clave:** Salón de belleza, centro de estética y peluquería, estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio financiero., estudio técnico

## ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the feasibility of an expansion project for the "Santa Cecilia" Artisan Training Center through the opening of a beauty and hairdressing center in the city of Cuenca. Initially, the theoretical framework was developed, and the methodological guide to be followed was presented. Subsequently, a market study was conducted in which various significant aspects were determined through quantitative research, such as the level of acceptance by the target audience. Then, a technical/operational study was carried out, establishing important organizational and functional aspects such as size, location, organizational chart, function manual, legal aspects, etc. Finally, a financial study and economic evaluation were conducted, resulting in a favorable outcome for the implementation of the beauty center. It was concluded that it is a profitable and feasible project.

**Keywords:** Beauty salon, esthetic and hairdressing center, feasibility study, financial study., market study, technical study



# INTRODUCCIÓN

El centro de formación artesanal particular Santa Cecilia es una academia que se ha desempeñado en las áreas de estética y estilo a lo largo de una trayectoria de 2 años. Se enfoca en la enseñanza y titulación de profesionales en la carrera de belleza, tanto con su educación teórica como práctica. Esta academia se encuentra en busca de una oferta de valor agregado que facilite un factor diferenciador de la competencia, por lo que se ha generado la idea de un proyecto de expansión hacia la apertura de un centro de estética y belleza, como una propuesta que permitiría a la institución ofrecer un servicio hacia el mercado cuencano a la vez que un espacio en el que los estudiantes realicen sus prácticas preprofesionales, estableciéndose en un sector que se encuentra en fuerte crecimiento; y además, presentarse al mercado con un beneficio adicional, considerado de gran relevancia, como es el plantear una oferta académica con fortaleza en la aplicación práctica de conocimientos.

El presente estudio de factibilidad tiene como objetivo principal evaluar la viabilidad de establecer un centro de estética y belleza, con el propósito de brindar a los clientes una amplia gama de servicios y tratamientos especializados. Este centro se enfocará en ofrecer un espacio exclusivo y personalizado, donde se promueva el cuidado integral de la belleza y se fomente el bienestar de los clientes.

Esta investigación se ha estructurado en diferentes capítulos, cada uno abordando aspectos fundamentales que permiten evaluar la viabilidad del proyecto en sus diversas dimensiones. En el capítulo uno, se presenta el marco teórico del estudio de factibilidad, donde se analizan conceptos clave relacionados con la creación y desarrollo de negocios en la industria de la belleza y la estética. Se exploran fundamentos y herramientas a aplicar en el transcurso de toda la investigación para los estudios que comprueban la viabilidad de un proyecto, tales como los estudios de mercado, técnico/operativo y financiero.

El capítulo dos se centra en el estudio de mercado, mediante el cual se analizan las características y necesidades de los potenciales clientes, así como la competencia existente en el área geográfica de influencia. Se recopila información relevante sobre el perfil demográfico de la población objetivo, sus preferencias y hábitos de consumo, a fin de identificar oportunidades y diseñar estrategias efectivas de comercialización.

El capítulo tres aborda el estudio técnico/operativo del proyecto, donde se examinan los aspectos relacionados con la infraestructura, los recursos humanos, los proveedores, los equipos y los procesos operativos necesarios para el funcionamiento del centro de estética y belleza. Se busca garantizar la eficiencia y la calidad en la prestación de los servicios, así como la implementación de medidas de seguridad e higiene adecuadas.

Por último, en el capítulo cuatro se lleva a cabo un estudio financiero, que tiene como finalidad evaluar la viabilidad económica del proyecto. Se proyectan los ingresos y gastos esperados, se estiman los costos de inversión inicial, se analiza la rentabilidad y se evalúa la recuperación de la inversión a lo largo del tiempo.

# **CAPÍTULO 1**

## **Introducción**

En el presente capítulo se evidencia los aspectos teóricos de esta investigación, lo que permitirá esclarecer los conceptos, fases, etapas y procesos que se deben tomar en cuenta para la realización de un estudio de factibilidad. Es indispensable ya que se abarca las temáticas de un proyecto de inversión y su ciclo de ejecución, aplicado en la creación de pequeñas y medianas empresas que ofertan servicios. Posteriormente, se aclara la concepción básica de un estudio de factibilidad y se definen todos los productos que se obtienen con esta investigación, tal como lo es el estudio de mercado, el estudio técnico/operativo y el estudio económico/financiero, necesarios para concluir si el desarrollo de un proyecto es viable.

## **1. MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Proyecto de inversión**

Para iniciar, se debe concebir un proyecto de inversión desde un aspecto global, entendiéndose como ingresar a un sistema económico productivo con la idea de brindar soluciones a diferentes problemáticas que se encuentran en esa área y poder generar una diferencia. Estas problemáticas pueden estar basadas en la sobre existencia o inexistencia de un producto o servicio (Valencia, 2010).

Para entender la idea de un proyecto es necesario enfocarse en la revisión histórica del área empresarial a plantear, la cual permitirá definir las virtudes o falencias que se encuentran en la propuesta del producto o servicio, y así precisar el aporte que esta pueda tener en el desarrollo de la comunidad a la cual se está orientando, a través del uso de talento humano, recursos financieros y bienes tangibles (Viñan et al., 2018).

#### **1.1.1 Tipos de proyecto de inversión**

Se conciben diferentes tipos de proyectos de inversión, que van desde los destinados a la creación de una empresa, lanzamiento de nuevos productos, ingreso a nuevos mercados, hasta la sustitución de maquinaria y unidades. Los proyectos de inversión de expansión, como el que se presenta en este estudio, ocurren cuando una empresa invierte

en nuevas instalaciones para aumentar su capacidad productiva y, por lo tanto, sus ventas (Castro & Guadarrama, 2020).

### **1.1.2 Ciclo de un Proyecto de inversión**

La propuesta de Ruiz (2017) comprende el ciclo que posee un proyecto de inversión, tomando como primera etapa la pre inversión, que a su vez está compuesta por la idea de negocio, las características o perfil y un estudio de prefactibilidad. En la segunda etapa comienza la inversión, tratándose de la puesta en marcha del proyecto, y en la tercera etapa se contempla la operación como el periodo en el que se ejecutan acciones administrativas, gerenciales y evaluativas.

### **1.1.3 Evaluación de proyectos de inversión**

En la modernidad, una temática que genera gran trascendencia es la evaluación de proyectos de inversión, debido a que por medio de los procesos que se realizan en esta, se puede estimar cualitativa y cuantitativamente las virtudes y falencias del desvío de capital hacia alguna propuesta específica. Del análisis correcto de un proyecto dependerá la contribución y aporte que este produzca a mediano y largo plazo para la empresa impulsora, ya que permitirá utilizar de la mejor manera los escasos recursos que ésta posea (Blogspot, 2012 como se citó en Ruiz, 2017).

### **1.1.4 Proyecto de inversión para expansión en una microempresa**

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) mientras se encuentran en el proceso de evolución y desarrollo, buscan elevar el valor que propone al mercado, para así incrementar su tamaño en cuanto a ingresos y posicionamiento en el mercado, por lo que proponen diversos proyectos que promuevan ese acrecentamiento y expansión, las cuales pueden ser desde la adquisición de activos hasta la oferta de servicios adicionales o inclusive diferentes a la razón de ser de la empresa, pero que elevan la percepción global en el cliente.

Las inversiones de las PYME en escasas ocasiones se valoran de acuerdo con los procedimientos sugeridos en el material informativo disponible. Cuando se realiza un análisis, esto puede parecer un curso de acción imprudente para un hombre de negocios emprendedor, justificado por una supuesta mentalidad pragmática y espíritu de liberal.

Sin embargo, si se profundiza en este comportamiento, se podrá asegurar que existen razones suficientes para que una conducta visionaria, evaluativa y organizativa sea plenamente coherente y racional con la ejecución empresarial. Prepararse y emprender el camino de convertir las estimaciones de las pymes en realidad es un desafío fundamental (Villanueva, 2020).

## **1.2 Centro de estética y belleza**

En la actualidad los centros de estética, peluquerías y gabinetes han adquirido gran importancia en el marco de su creación como proyectos y han progresado abruptamente en el mercado empresarial brindando diferentes servicios estéticos enfocados prioritariamente a los cortes, teñido y peinado del cabello, aunque también se han expandido a la manicura, pedicura, maquillaje, entre otras cosas. Se concibe estos servicios de belleza como aquellas actividades que realiza una profesional en esta rama con el objetivo de transformar momentáneamente el aspecto estético de un cuerpo humano de manera superficial como en el rostro, cabello y uñas (Proenza, 2019).

### **1.2.1 Formación profesional en el centro de estética**

En la actualidad, la formación profesional se ha convertido en un propósito prioritario para todos los territorios, teniendo en cuenta la mejora en cuanto a calidad de vida de las personas, el desarrollo tecnológico y la optimización táctica de crecimiento. Considerando aspectos tan relevantes hoy en día como lo son la globalización y la aplicación de las nuevas tecnologías en todos los contextos de la sociedad, se puede observar la creación de una diversidad en competencias profesionales, sumada a la necesidad de interacción entre empleados y empleadores, hacen imprescindible la uniformidad de estándares. El resultado es un sistema de cualificaciones profesionales aplicable a todos los sectores de actividad económica y servicios, como por ejemplo para un centro que brinda servicios de estética y belleza. (Gutiérrez, 2015).

## **1.3 Estudio de factibilidad**

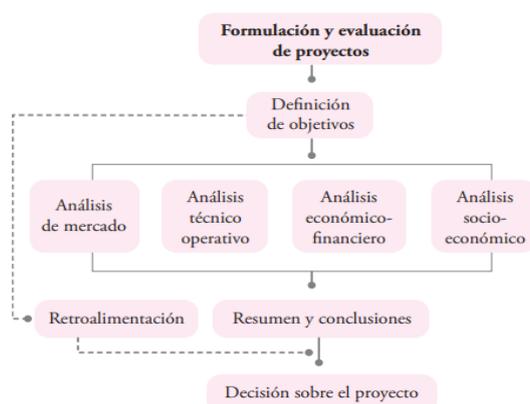
Como manifiesta Santos (2008), el proceso en el que se realizan diferentes estudios y acercamientos para dar solución a un problema se lo conoce como estudio de factibilidad.

El nivel de profundidad con el que se debe realizar la investigación y la obtención de datos es muy importante debido a que se parte de estimaciones, supuestos y pronósticos, dando así paso a la necesidad de que estos estudios tanto mercadológicos, como técnicos, económicos y financieros, sean ejecutados con la mayor precisión posible. Es indispensable el detalle en cada periodo de la investigación con respecto a los puntos beneficiosos e impulsores que se presenten para el proyecto y su optimización. Es posible que con estos estudios se obtienen diversos resultados ante los proyectos propuestos como por ejemplo la revisión del planteamiento inicial, que se postergue la ejecución de este por diferentes problemáticas o el no desarrollo del proyecto, pero es necesaria esta evaluación porque disminuye la incertidumbre que produce el desenvolvimiento de los factores internos y externos de la idea de negocio.

Almaguer et al. (2009) plantea que el análisis de una empresa para determinar si el negocio propuesto es considerado de beneficio o no, se lo conoce como estudio de factibilidad. En este se llega a concluir las condiciones en las que debe desarrollarse para tener éxito y si el negocio propuesto contribuye a los distintos aspectos beneficiosos para el medio ambiente como es su conservación, preservación o restauración. Los resultados de esta investigación serán la base para la toma de decisiones con respecto a la implementación del esquema planteado, por lo que es necesaria su ejecución precisa en favor de la disminución de errores que puedan tener una afección directa en términos de los recursos sociales y materiales involucrados; así como la inyección de tiempo y capital que puede ser empleado de manera más efectiva. Esto solo puede garantizarse mediante el uso de procedimientos y análisis debidamente validados, tal como se evidencia en la figura 1.

## Figura 1

### Estructura de un estudio de factibilidad



*Nota:* El gráfico muestra los diferentes análisis que involucran el estudio de factibilidad.

Fuente: Tomado de Baca (2001). *Evaluación de Proyectos*, p. 4.

### 1.3.1 Estudio de mercado

El instrumento que permite pronosticar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios que un mercado puede solicitar o está dispuesto a adquirir a un precio impuesto por la empresa y en un periodo determinado de tiempo, se conoce como estudio de mercado. En este se permite visualizar los aspectos relevantes que posibilitan conocer la capacidad comercial de este producto o servicio (Moya, 2015).

#### 1.3.1.1 Objetivo de la investigación de mercado

Baca (2001) plantea que la definición de objetivos es indispensable para el desarrollo de una correcta investigación de mercado. Debido a esto, se identifican diferentes metas a cumplir, tal como es la oportunidad real de penetración que un producto o servicio posee para un mercado específico, siendo esta una de las prioridades a concluir en el estudio. Entre los diferentes objetivos que se tiene están:

- identificar una necesidad no cubierta por las diferentes industrias participantes en el mercado o la probabilidad de brindar un mejor servicio que el atendido por un producto ya existente.

- Determinar lo referente a la demanda del producto; es decir, la proporción del bien o servicio que la sociedad está dispuesta a comprar de una nueva unidad de producción a un precio dado.
- Establecer la manera más eficiente y con mayor valor agregado para proporcionar los bienes y servicios a los usuarios.
- Y finalmente, en la posición de un inversionista o emprendedor, es necesario conocer el peligro y riesgo al que se enfrentan si sus productos no son aceptados por el mercado, ya que una clara necesidad insatisfecha no siempre significa que se pueda ingresar al mercado fácilmente, debido a que puede estar en manos de monopolios u oligopolios.

### **1.3.1.2 Definición de mercado**

Gregory (2012) entiende al mercado como el grupo de compradores y vendedores de un bien o un servicio. A los mercados se los puede identificar como organizados cuando se posee una hora y lugar definido para el proceso de comercialización; o caso contrario, se los puede identificar como poco organizados cuando no se mantienen espacios ni tiempos establecidos para la compra/venta de los productos o servicios. En el caso de los mercados poco organizados, se posee una competencia muy clara, ya que, no existe mediador que fije los precios, sino cada ofertante anuncia el valor a pagar para su respectivo producto o servicio, pero un factor importante es que también los compradores deciden qué producto adquirir y cuál es la mejor opción para obtenerlo.

### **1.3.1.3 Definición de demanda**

En primer lugar, Gregory (2012) identifica el concepto de demandar como estar dispuesto a comprar, es decir refleja una intención de ejecutar la acción de adquirir un bien o servicio determinado en base a la percepción de valor que se tenga de este. La demanda de mercado se concibe como la sumatoria de todas las demandas individuales para un determinado bien o servicio.

El objetivo del análisis de la demanda consiste en reconocer y evaluar las influencias que impactan los requisitos del mercado con respecto a un producto o servicio específico, al mismo tiempo que se evalúa la viabilidad de dicho producto para satisfacer dicha demanda (Baca, 2001).

#### **1.3.1.4 Definición de oferta**

La oferta está sumamente relacionada con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos, ya que se identifica el concepto de ofrecer como tener la intención o disposición de vender, tomando en cuenta la capacidad productiva que tiene la empresa para un servicio o producto determinado. De esta manera, se puede concluir que la oferta está enfocada en recoger las intenciones que una industria de productores específica posee en cuanto a la acción de la venta, pero siempre determinada por los factores internos que caracterizan a la empresa en cuestión, tal como lo es el tamaño de la fábrica, cantidad de producción en un periodo establecido y un aspecto importante es la localización ya que debido a esta se facilita o dificulta la distribución y entrega de la mercancía al cliente final (Gregory, 2012).

#### **1.3.1.5 Definición de precio**

Pérez y Pérez (2006) establecen sus ideales sobre el precio como el valor que se le determina a un bien o servicio para la venta, esto respaldado por factores como la utilidad que el usuario percibe del producto y el esfuerzo en tiempo, producción e inversión que se ejecutan para realizar o fabricar el servicio o producto. El precio, aunque claramente posee un aspecto económico en sí mismo, también considera variables psicológicas, sociales, comerciales, y de posicionamiento que son necesarias de considerar para definir un valor de venta que concorra con las expectativas del mercado. Además, los autores también expresan sus pensamientos sobre la gran problemática que se tiene en la actualidad a nivel empresarial con respecto a que el mercado y los consumidores modernos poseen una cultura comercial muy diferente a épocas anteriores, debido a que poseen información más detallada y con mayor velocidad acerca de cualquier producto, esto presiona de sobremanera a las empresas comerciales en cuanto al establecimiento de los precios más competitivos posibles.

#### **1.3.2 Estudio técnico/operativo**

La investigación que define el tamaño óptimo del espacio en el que se desarrollará el proyecto, y que además plantea la ubicación y los recursos necesarios enfocados a la materia prima para la operación y la maquinaria que permite el funcionamiento, se conoce

como estudio técnico. Este analiza la inversión, capital de trabajo y las necesidades operativas de fondos (NOF), incluso propone tácticas metodológicas para una producción más eficiente, pero siempre se deben tomar datos realistas que expongan la situación de la idea. Entonces, es una indagación que básicamente aborda temas como tamaño óptimo de planta, localización óptima, ingeniería y análisis tanto organizativo como legal (Baca, 2001).

La guía para los administradores de un proyecto de inversión a través de herramientas se conoce como estudio operativo/administrativo. Este presenta los diversos aspectos gerenciales que es necesario sean considerados para el correcto funcionamiento y dirección de la idea de negocio, tal como la planeación estratégica basada en el planteamiento de objetivos viables y dirección de los elementos del proyecto con una sola visión, además se determinan diferentes instrumentos beneficiosos para el asentamiento de los ideales y organización, como por ejemplo los perfiles de cargo que corresponden al talento humano presentado por el área de recursos humanos y el organigrama jerárquico/funcional, para así, por medio de estos, fijar las metas a cumplir del proyecto. Finalmente, la especificación de elementos exteriores al programa que afectan al desarrollo, tal como el aspecto ecológico, legal, fiscal y laboral se debe tomar en cuenta para elegir las decisiones más adecuadas y reaccionar a tiempo (Parra et al., 2008).

### **1.3.2.1 Tamaño del proyecto**

El tamaño de la propuesta de negocio está enfocado en la capacidad de producir bienes o prestar servicios durante el período de investigación del proyecto. Una variable que incurre en gran importancia es el establecimiento de la unidad de medida del producto, tal como: metros, libras, toneladas, etc.; y la cantidad producida por unidad de tiempo, tal como (diaria, semanal, mensual, anual, etc.). Algunos de los factores que están íntimamente involucrados con el tamaño del proyecto o del plan de negocios son: la cantidad de inversión asignada al proyecto, la cantidad de empleos creados, el espacio físico que ocupa la instalación, la participación de la empresa en el mercado y las ventas logradas (Uribe, 2017).

### **1.3.2.2 Localización del proyecto**

Teniendo en cuenta los criterios de maximizar las ganancias y reducir los costos de producción y operación, se deben considerar distintos factores que permitan decidir dónde la ubicación propicia para el proyecto. La investigación en cuanto a la localización integra el esclarecimiento y mapeo de áreas geográficas, desde conceptos amplios (macro ubicación) hasta la identificación de áreas urbanas o rurales más pequeñas (micro ubicación), para en últimas instancias, determinar una ubicación planificada o una ubicación precisa para el proyecto (Uribe, 2017).

### **1.3.2.3 Ingeniería del proyecto**

Uribe (2017) plantea que la aplicación de ciertas tecnologías junto con la aplicación de materias primas y materiales, mano de obra, procedimientos y métodos forman lo que comúnmente se conoce como el proceso de producción. Dependiendo de los atributos del producto, los insumos utilizados y las limitaciones financieras y de mercado, se puede elegir entre diferentes tipos de procesos. Una vez que se ha seleccionado el proceso correcto, se pueden resumir los requisitos de equipo y de personal; con lo cual, se procede a definir el diseño de la fábrica y los requisitos de espacio físico para la producción. Además, el autor manifiesta sus ideas con respecto a que los procesos tecnológicos se ocupan de los atributos de los productos y los consumidores, así como de los mercados que manejan los insumos necesarios para desarrollar un producto; para de esta manera, concluir que el proceso de selección está íntimamente relacionado con la definición del tamaño, sin dejar de considerar todas las limitaciones que existen en el contexto empresarial.

### **1.3.2.4 Estructura organizacional**

Una estructura organizacional es un sistema para conceptualizar la jerarquía dentro de una organización. En esta se identifica cada puesto, su función y su ubicación de informes dentro de la organización. Esta configuración se realiza para ayudar a implementar la forma de operar de la organización y lograr objetivos que permitan el crecimiento futuro. La estructura comúnmente se ilustra mediante un organigrama o tabla organizacional (Brume, 2019).

### **1.3.3 Estudio financiero**

Un estudio financiero consta de elementos de información cuantitativa que ayuda a determinar y observar la viabilidad de un plan para un negocio. Estos elementos integran el comportamiento de las operaciones requeridas para el funcionamiento de la empresa y permiten visualizar el mismo crecimiento. Por lo tanto, al iniciar un proyecto o idea de negocio, es importante considerar las variables que intervienen en su desarrollo e implementación, así como los costos reales asociados a la ejecución del proyecto, estos son el costo incluyendo el capital de trabajo, la adquisición de activos fijos y los gastos preoperativos que se utilizan para obtener los estados financieros tal como el balance general, estados de resultados y flujo de efectivo (Navarro et al., 2008).

#### **1.3.3.1 Objetivo del estudio financiero**

Para el estudio financiero, Almaguer et al. (2009) establecen el propósito fundamental como la valoración de la inversión de acuerdo con los estándares cuantitativos y cualitativos de la evaluación de proyectos. Entre los primeros criterios se encuentran los más representativos y utilizados para tomar decisiones de inversión, los cuales son: Valor Presente Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación (PR), que cuando se considera el valor del dinero en el tiempo, se transforma en un periodo de recuperación descontado (PRD) y finalmente, una relación costo/beneficio o índice de rentabilidad.

#### **1.3.3.2 Ingresos**

Wals (2002) afirma que existen algunas cuentas que componen los ingresos que una empresa percibe, caracterizándose por la naturaleza de su saldo, el cual es acreedor. Las cuentas son las siguientes:

- Se conciben como ingresos, en primer lugar, a la entrada de dinero por concepto de *ventas*, las cuales son las operaciones que ejecuta el comerciante con sus consumidores, y se efectúan por el mismo giro de la empresa.
- También se tiene el ingreso por concepto de *productos financieros*, los cuales están derivados de algunas operaciones bancarias en ciertas instituciones, ya que

se genera una utilidad por el hecho de tener dinero depositado en cuentas con ciertas especificaciones.

- Finalmente, se tienen ingresos por *otros conceptos*, tal como lo es la venta de activos fijos o incluso por negociaciones con desperdicios y materia prima no utilizada de la actividad productiva de la empresa, razones por las que se puede llegar a tener un flujo de efectivo entrante.

### 1.3.3.3 Egresos

Según el planteamiento de Wals (2002), referente al concepto de egresos, como las cuentas con saldo deudor que se traducen en operaciones económicas que requieren salidas de dinero, se puede identificar las siguientes cuentas:

- Costo de ventas es aquel valor que rige como referencia ante la existencia de mercancías o un algún tipo de servicio que ofrezca una empresa al inicio de su período funcional, al cual posteriormente se agregan las compras realizadas en el trayecto del año, siendo estas necesarias para el funcionamiento productivo de la organización.
- Se establece los *gastos de operación* como aquellos valores a pagar, que una empresa acumula en favor del cumplimiento de los objetivos planteados inicialmente, para tener un adecuado control de los mismos. Estos gastos se subdividen en gastos administrativos, que son aquellos que se generan a consecuencia de la administración del negocio, tales como: sueldos de personal administrativo, servicios básicos, etc.; además se subdividen también en gastos de ventas, los cuales hacen referencia a desembolsos que realiza una empresa, siendo estos las comisiones, sueldos de vendedores, publicidad, etc.
- Otros rubros a tomar en cuenta son los *gastos financieros*, que son consecuencia de la provisión de recursos para la organización por parte de instituciones bancarias. Un claro ejemplo de estos, son los intereses a pagar sobre aquellos créditos que brinda un banco o cooperativa a la empresa.
- Por último, se tiene la categoría de *otros gastos*, los cuales se clasifican en pagos a operaciones temporales o eventuales, que no son parte de la actividad principal a la que se dedica una empresa específica, tomando como un claro ejemplo las donaciones.

#### **1.3.3.4 Flujo de efectivo**

El flujo de caja es aquel ingreso generado por la venta en un proyecto de inversión específico, en el cual se descuentan todos los costos y gastos necesarios para su operación. Para el cálculo del flujo de caja neto se utiliza un estado de pérdidas y ganancias, que incluye todos los ingresos de la empresa, así como los costos y gastos derivados de la operación del proyecto de inversión mencionado anteriormente, sin dejar de lado el monto de los valores futuros que no son gastos de la empresa, tal como la depreciación. Para tener conocimiento sobre las ventajas financieras que genere un proyecto de inversión específico será necesario determinar los flujos de efectivo que se lograrán durante el periodo establecido, mientras que por otro lado se contabilizará la cantidad total de la inversión que se requiera para que el proyecto se desarrolle sin ningún inconveniente, siendo de suma importancia tomar en cuenta la tasa de rendimiento que se desee recuperar en el proyecto. (Castro & Guadarrama, 2020).

#### **1.3.3.4 Financiamiento**

El financiamiento es un mecanismo de creación de recursos económicos para el desarrollo de un proyecto de inversión, que para las microempresas se convierte en una parte esencial de su existencia, ya que proporcionan el flujo de caja necesario para la obtención de activos circulantes y activos fijos, generando así un ciclo económico que genera ingresos y beneficios para la empresa. Es necesario comprender también que existen diferentes fuentes por las que se puede adquirir este financiamiento, ya que puede obtenerse de capital propio o caso contrario se puede conseguir en deuda, y esta a su vez, en caso de ser requerida, se puede llegar a tramitar por medio de instituciones bancarias u otros sistemas prestamistas (Salinas et al., 2017).

#### **1.3.4 Evaluación financiera**

La valoración financiera describe métodos comunes que tienen en cuenta el valor del dinero en el transcurso del tiempo, como por ejemplo el periodo de recuperación, la tasa interna de rendimiento y el valor actual neto (PR, TIR Y VAN). Se señalan las limitaciones de su aplicación y se comparan con los métodos de valoración contable que no consideran el valor monetario a lo largo del tiempo, además de mostrar su aplicación práctica en el mismo (Baca, 2001).

#### **1.3.4.1 Periodo de recuperación de capital descontado (PRD)**

Almaguer et al. (2009) postula que el periodo de recuperación contabiliza la cantidad de años que transcurren desde el comienzo de la inversión en un proyecto hasta que se recupera el capital invertido, esto se realiza a través de la utilidad neta, tomando en cuenta la depreciación. En otras palabras, el período entre el inicio de la extracción y el primer saldo positivo o período de reembolso del proyecto.

Por otra parte, Andrade (2021) postula que existe un método más eficaz, conocido como periodo de recuperación descontado (PR), ya que en este se marca una clara diferencia en el análisis de los flujos de caja descontados; es decir, incluye en la consideración el valor del dinero en el tiempo.

#### **1.3.4.2 Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno o también llamada tasa interna de rendimiento (TIR) es aquella que representa la rentabilidad general de aquel proyecto que se quiere implementar, además se lo considera la tasa de actualización o descuento en la que el valor actual del flujo de ingresos es igual a la de egresos en efectivo. Además, en palabras de Villanueva (2020) la TIR es aquella tasa de interés que hace financieramente equivalente la inversión inicial requerida por el proyecto con el valor actual de los retornos futuros que el mismo genera (Almaguer et al., 2009).

#### **1.3.4.3 Valor Actual Neto (VAN)**

El valor presente neto o valor neto actualizado (VAN), determina en qué cantidad podrían obtener una rentabilidad los inversionistas si persiguen hacia el futuro un proyecto determinado. Definido como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida económica del proyecto, luego de determinar las entradas y salidas de efectivo anuales de los gastos de inversión inicial incurridos durante el proceso de inversión hasta el momento de la operación o funcionamiento del proyecto (Almaguer et al., 2009).

Este método consiste en valorar lo que se generará en el futuro como flujos de efectivo del proyecto y compararlo con la propia inversión. El indicador que surge de este

procedimiento es el Valor Actual Neto (VAN), también conocido como Valor Presente Neto (VPN) (Villanueva, 2020).

#### **1.3.4.4 Razón costo/beneficio**

Aguilera (2017) expresa que el análisis de costo-beneficio es un método que generalmente se refiere a la evaluación de un proyecto en particular, que funciona para la implementación de cualquier plan para toma de decisiones. Esto incluye la identificación de los costos y beneficios totales de todas las alternativas para, de esta manera, seleccionar la mejor alternativa o la considerada más rentable. Además, el autor también plantea que existen técnicas de rentabilidad que están directamente relacionadas con la teoría de la decisión, en la cual se trata de determinar la conveniencia del proyecto en términos de sus costos y beneficios. Esta relación de elementos específicos, expresados en términos monetarios, requieren posteriormente una evaluación y seguimiento, por lo que la forma más rápida y segura de aplicar este indicador es a través del cálculo de la rentabilidad, la cual se obtiene diferenciando el sacrificio de la inversión, con los retornos que produce esta misma inversión.

#### **1.3.4.5 Análisis de riesgo**

Almaguer et al. (2009) plantea que la dificultad de predecir eventos futuros con certeza se traduce en que las estimaciones de ingresos y gastos del proyecto no siempre son las más precisas y están propensas a errores, por lo que todos los proyectos están sujetas a diferentes niveles de riesgo e incertidumbre, debido a una variedad de factores que no siempre se pueden estimar con la confianza necesaria. Se realiza el análisis de riesgo para examinar con precisión el volumen de producción, el ingreso de ventas, costos.

## **CAPÍTULO 2**

### **Introducción**

En el segundo capítulo del presente estudio de factibilidad, se aprecia la investigación realizada con respecto al mercado, desarrollada a través del correcto establecimiento de los problemas a abordar, los objetivos tanto mercadológicos, generales, así como los específicos, y los servicios a ofertar, que fueron diseñados en base a la creación del centro de estética y peluquería “Santa Cecilia”. Además, se procedió con la investigación cuantitativa y todo el proceso previo que requiere, tal como la segmentación de mercado, la metodología a seguir para la obtención de información, el diseño de la muestra a encuestar y el análisis de los resultados obtenidos. Finalmente, se identificó la oferta, demanda y participación del mercado a lograr, fundamentales para evaluar la viabilidad en este negocio.

### **2. Estudio de Mercado**

#### **2.1 Problemática de la investigación**

En los últimos años la industria de los cosméticos y servicios de belleza en Ecuador ha tenido un especial crecimiento y expansión, esto se puede observar notablemente en la creación y apertura de nuevos gabinetes de belleza, spas, locales de manicure y barberías.

El centro de formación artesanal Santa Cecilia, que se considera de reciente ingreso en el mercado cuencano, con alrededor de 2 años de funcionamiento, se plantea una propuesta innovadora que genere la oferta constante de valor agregado y esta, a su vez, facilite un factor diferenciador de la competencia, de esta manera la apertura de un gabinete es una propuesta que permitiría una expansión a la academia hacia la oferta de servicios de belleza, tales como corte y peinado de cabello, manicure, pedicure, colorimetría y maquillaje.

La institución obtendría algunos beneficios en la ejecución de este proyecto, tal como la capacidad de ofrecer una posibilidad de trabajo inmediata al término de la carrera profesional los estudiantes con mejor rendimiento, además de un espacio adecuado y real en el que los estudiantes puedan desarrollar sus prácticas educativas. Esto favorecería

estratégicamente a la academia, elevando los estándares de percepción de valor para el cliente meta y generando una rentabilidad intrínseca en la actividad del gabinete.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 Mercadológico**

Diseñar un modelo de negocio funcional ante la creación del salón de belleza “Santa Cecilia”, en el que se oferten servicios de cuidado personal y estética, atendiendo la demanda y necesidades de los clientes con respecto a su imagen; y de esta manera, ofrecer los servicios más adecuados para ellos.

### **2.2.2 General**

Determinar el nivel de aceptación que tendría el mercado cuencano hacia el salón de belleza y estética “Santa Cecilia”

### **2.2.3 Específicos**

- Determinar la demanda que tendría el salón de belleza Santa Cecilia en la ciudad de Cuenca
- Identificar la frecuencia de visitas al salón de belleza Santa Cecilia.
- Establecer los factores más relevantes para fidelizar a un cliente al salón de belleza Santa Cecilia.
- Determinar un precio de servicio adecuado a consideración de los clientes

## **2.3 Servicios a ofrecer**

Los servicios que este centro de belleza y estética pretende ofrecer al mercado cuencano son parte esencial de la oferta que regularmente se muestra a los clientes en este tipo de negocios. Los servicios son los siguientes:

### **2.3.1 Corte de cabello**

El cuidado y estilo del cabello es indispensable en la presentación de una persona, por lo que el corte de cabello se refiere a, por medio de herramientas como tijeras,

máquinas cortadoras y navaja, modelar la forma de una cabellera hasta lograr el estilo que el cliente con anterioridad había solicitado al peluquero.

## **Figura 2**

*Diseño de corte de cabello para hombre*



*Nota:* Corte de cabello para hombre con maquina y navaja.

Fuente: Tomado de corte de cabello de hombre con cuchilla popular corte de pelo para hombre que está causando tiña [fotografía], por Farrés Héctor, 2023, mundo deportivo (<https://www.mundodeportivo.com/vidae/salud/20230119/1001921616/popular-corte-pelo-hombre-esta-causando-tina-act-pau.html>)

### **2.3.2 Peinado de cabello**

Para cualquier clase de eventos sociales es necesario lucir arreglado/a, por lo que el peinado de cabello involucra todo el proceso que ejecuta un profesional en preparar, modelar y definir un estilo, previamente solicitado, en la cabellera de un cliente. En este procedimiento se involucran diferentes utensilios y cosméticos como: cepillo o peinilla; secadora; cremas, ceras y sprays fijadores; plancha de cabello; rizador, etc.

## **Figura 3**

*Diseño de peinado de mujer*



*Nota:* Peinado de cabello femenino mediante la técnica del brushing, utilizando cepillo para el cabello y secadora.

**Fuente:** Tomado de ¿Qué es el brushing? [fotografía], por Instituto médico dermatológico (IMD) imdermatologico (<https://imdermatologico.com/blogimd/cuidados-y-consejos/brushing/>)

### 2.3.3 Manicure

Unas manos correctamente arregladas pueden demostrar elegancia y nivel, por lo que la manicure está concebida en la limpieza, cuidado y arreglo de las manos; pero, está más enfocada en el trabajo que se realiza en las uñas del cliente, de esta manera, incluye la aplicación de las uñas (en caso de ser acrílicas, postizas o en gel), diseño y decoración.

#### **Figura 4**

*Ejecución de manicure*



*Nota:* Realización de manicure, con una tonalidad del esmalte morado

**Fuente:** Tomado de Manicure con gel: duradero, pero problemático para la salud [fotografía], por Vida y Salud Media Group, 2021, vidaysalud (<https://www.vidaysalud.com/manicure-con-gel-duradero-pero-problematico/>)

### 2.3.4 Pedicure

Para eventos formales, al ser un calzado clásico de una vestimenta formal en mujeres, unas sandalias de tacón, es común que también se desee mantener un toque estético y elegante en los pies, por lo que el pedicure se mantiene ligado al procedimiento de arreglar y embellecer esta zona del cuerpo, pero al igual que la manicure, se da un especial énfasis en las uñas; de esta manera, se usan utensilios y cosméticos como esmaltes, cremas y aceites, que favorecerán el aspecto de los pies.

## Figura 5

### *Ejecución de pedicure*



*Nota:* Realización de pedicure, utilizando una tonalidad de esmalte para uñas rosado.

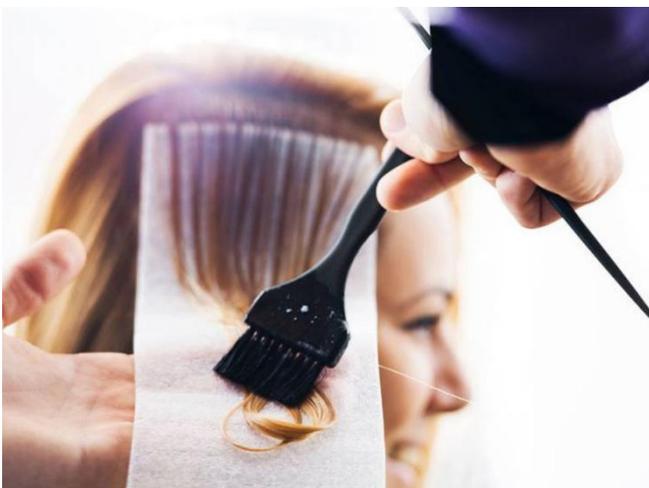
**Fuente:** ¿Tomado de Are pedicures safe? Here's what your podiatrist has to say! [fotografía], por foot network, 2021, foot network (<https://foot-network.com/news/are-pedicures-safe-heres-what-your-podiatrist-has-to-say/>)

### 2.3.5 Colorimetría

Desde la antigüedad ha nacido una intención de teñir y tinturar el cabello en diferentes colores por adoración a dioses o temas de belleza, por lo que en esto específicamente consiste el área de la colorimetría, en el tratamiento que se sigue para lograr un cambio en el color que posee el cabello, siempre manteniendo una textura adecuada y saludable.

## Figura 6

### *Ejecución de tinte de cabello*



*Nota:* Realización de tinturación desde raíz

**Fuente:** Tomado de Un tinte y 8 trucos para teñirte el pelo en casa y que te quede bien [fotografía], por Eva Armas Gil, 2021, el país ([https://elpais.com/elpais/2020/03/20/escaparate/1584704165\\_066942.html#tooltip1](https://elpais.com/elpais/2020/03/20/escaparate/1584704165_066942.html#tooltip1))

### 2.3.6 Maquillaje

Existe una belleza natural en las personas, en la cual, el maquillaje y todo el proceso que involucra resaltar los puntos estéticos de una persona, toman gran relevancia. Así, el maquillaje o también denominado en inglés make up, consiste en el uso de cosméticos, brochas, lápices y pinceles, para decorar el rostro de una persona, manejando diversas tonalidades y colores que permitan destacarla estéticamente, considerando la ocasión para la que se amerita.

#### Figura 7

*Maquillaje profesional para evento formal*



*Nota:* Realización de maquillaje casual con tonalidades color piel.

**Fuente:** Tomado de Cómo maquillarse según el tono de la piel [fotografía], por Marta Vicente, 2021, mundo deportivo (<https://www.mundodeportivo.com/uncomo/belleza/articulo/como-maquillarse-segun-el-tono-de-la-piel-43541.html>)

## 2.4 Segmentación de mercados

Se identifica la segmentación de mercado en primer lugar, como la división de un mercado general en porciones o segmentos considerados más pequeños, con lo cual se logra emplear estrategias hacia consumidores con cualidades semejantes; y por concluyente, conseguir mayor efectividad en: la fidelización de clientes que requieran los servicios de una empresa determinada, la toma de decisiones para los planes de marketing y el uso de recursos económicos.

Se determinan los diferentes tipos de segmentaciones que permitirán definir con mayor claridad cual será el público objetivo para el salón de belleza y estética “Santa Cecilia”.

#### **2.4.1 Segmentación Conductual**

La segmentación conductual está basada en la preferencia del público en cuanto a su sensibilidad con los precios, inclinación por las ofertas y la recurrencia de visita para consumir un servicio; de esta manera, el público objetivo del salón de belleza en mención asiste de manera regular a salones de belleza, tomando como periodo de asistencia alrededor de una vez cada dos semanas; tampoco toma en consideración el precio asignado a un determinado servicio, es decir prefiere una alta calidad en el servicio en cuanto a trato con el cliente y terminado del trabajo.

#### **2.4.2 Segmentación demográfica**

La segmentación demográfica divide el mercado en función de algunas circunstancias o características que posea una determinada población, tal como el género, la edad, la ocupación o los ingresos. En cuanto al rango de edad de preferencia para el centro de estética y peluquería “Santa Cecilia” se contemplan a hombres y mujeres desde los 15 hasta los 50 años para mantener un ambiente juvenil y moderno dentro de este; además, este salón estaría enfocado a personas de un nivel socio económico medio – alto.

#### **2.4.3 Segmentación geográfica**

Esta segmentación tiene sentido ya que el salón se encontrará dentro del casco urbano del cantón Cuenca, de manera más específica en la parroquia San Sebastián, por lo que se dificulta el acceso al mismo para las personas que habiten en la zona rural y en las parroquias lejanas a la localización del salón.

### **2.5 Metodología**

Para la presente investigación, se utilizará un enfoque cuantitativo, debido a que se procederá a realizar encuestas a una muestra selecta que permita conocer datos sobre la demanda, preferencias del cliente, y precios a ofertar. Según el tipo de investigación por su propósito, es una investigación aplicada, ya que el objetivo será encontrar

estrategias que puedan ser empleadas en el abordaje de un problema específico. Según el nivel de profundización, será definida como investigación exploratoria. Según el tiempo en el que se levantarán los datos, la investigación será de tipo transversal ya que este se realizará en un tiempo definido. Para la recolección de los datos se aplicó encuestas y el procesamiento de los datos se realizará utilizando la herramienta Excel o SPSS y por último los resultados de las encuestas serán presentados mediante gráficos

## 2.5.1 Diseño de la muestra

### 2.5.1.1 Población

Para determinar la población en la que se manejaría el salón de belleza “Santa Cecilia”, debido a que no se posee datos actualizados, se tomará información del último censo registrado y se procederá a proyectar datos hasta el presente año; por lo que, en primeras instancias, es necesario tomar en cuenta el crecimiento poblacional que posee el cantón Cuenca, que según informes analíticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2017, se encontraría aproximado al 2.14% anual. De acuerdo con el censo realizado en 2010, este cantón poseía 505.585 habitantes, por lo que, con el crecimiento proyectado, se posee una población para el año 2023 de 665.795 personas aproximadamente.

**Tabla 1**

*Población proyectada para el año 2023 en la ciudad de Cuenca*

<b>TCPA</b>	<b>Año</b>	<b>Población</b>
2,14%	2010	505.585
2,14%	2011	516.405
2,14%	2012	527.456
2,14%	2013	538.743
2,14%	2014	550.272
2,14%	2015	562.048
2,14%	2016	574.076
2,14%	2017	586.361
2,14%	2018	598.909
2,14%	2019	611.726
2,14%	2020	624.817
2,14%	2021	638.188
2,14%	2022	651.845
<b>2,14%</b>	<b>2023</b>	<b>665.795</b>

*Nota:* El TCPA es la tasa de crecimiento poblacional anual que posee el cantón Cuenca, obteniendo un total de 665.795 personas que lo habitan.

**Fuente:** Basado en Censo de Población 2010, Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC), elaboración propia.

Es necesario tomar en cuenta que el cantón Cuenca cuenta con 21 parroquias pertenecientes a la zona rural y 15 parroquias pertenecientes a la zona urbana, espacios en los que se asienta el total de la población; de esta manera y según registros del censo del 2010, el 34,74% de la población que representa 173.697 habitantes se encontraban en la zona rural y el otro 65,26% que representa 329.928 habitantes se encontraban en la zona urbana.

En base a esta información, se considera que el sector geográfico en el que se concentra este proyecto es la parroquia urbana del cantón Cuenca “San Sebastián”, la cual posee, según el censo de población en 2010 del INEC, 39.690 personas habitándola. Esta se considera la segunda parroquia urbana más grande del cantón Cuenca, ya que poseía el 12,03% de la población urbana; de esta forma, si se interpolan los datos en relación al crecimiento poblacional anual del cantón y la cantidad de población que poseía, se obtiene que para el año 2023 la parroquia San Sebastián tendría un aproximado de 52.267 personas.

**Tabla 2**

*Población proyectada para el año 2023 para la parroquia urbana San Sebastián*

<b>TCPA</b>	<b>Año</b>	<b>Población</b>
2,14%	2010	39690
2,14%	2011	40539
2,14%	2012	41407
2,14%	2013	42293
2,14%	2014	43198
2,14%	2015	44123
2,14%	2016	45067
2,14%	2017	46031
2,14%	2018	47016
2,14%	2019	48022
2,14%	2020	49050
2,14%	2021	50100
2,14%	2022	51172
<b>2,14%</b>	<b>2023</b>	<b>52267</b>

*Nota:* El TCPA es la tasa de crecimiento poblacional anual que posee el cantón Cuenca, obteniendo un total de 52.267 personas habitando la parroquia San Sebastián para el 2023.

**Fuente:** Basado en Censo de Población 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), elaboración propia.

### **2.5.1.2 Muestra**

Este estudio utilizará una muestra no probabilística ya que la población no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. El conocido como muestreo no probabilístico será utilizado ya que este método de muestreo permite seleccionar una muestra que esté guiada por el juicio subjetivo del investigador, reemplazando la realización de la selección al azar.

Si bien la población total es de 52.267 personas, al tener tiempo limitado para la realización de este estudio y debido al tipo de muestreo seleccionado en esta investigación, se realizarán 10 encuestas piloto para probar la funcionalidad de la misma, y 190 encuestas válidas, con un total de 200 encuestas llevadas a cabo de manera presencial, enfocadas a hombres y mujeres que habiten en el casco urbano de la ciudad de Cuenca con edades entre 15 y 50 años.

Las técnicas de muestreo no probabilístico que se utilizarán en este estudio serán el muestreo por conveniencia y el muestreo por bola de nieve. El muestreo por conveniencia será empleado para crear una muestra de acuerdo a la facilidad de acceso que se tenga a esta, además la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, considerando un intervalo de tiempo dado y cualquier otra especificación práctica de un elemento en particular. Adicionalmente, el muestreo por bola de nieve permite que los individuos seleccionados para ser estudiados recluten a nuevos participantes entre sus conocidos.

## **2.6 Aplicación de encuestas**

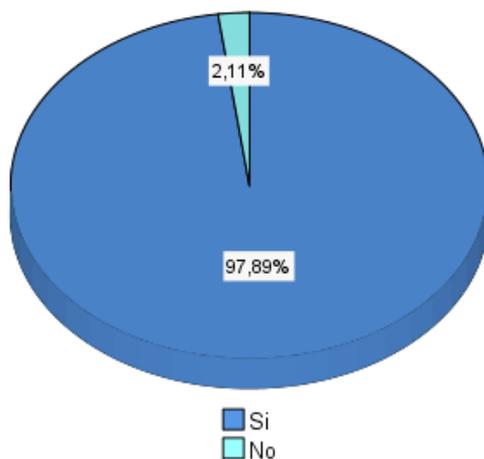
El proceso de ejecución de las encuestas cuyo formato se puede apreciar en el *anexo 1* fue culminado con éxito. Estas fueron realizadas de manera presencial usando la plataforma QuestionPro como recolectora de la información, posteriormente se procedió con la limpieza y depuración de los resultados en los programas informáticos de Excel y SPSS, donde después se analizó los datos e información obtenida en base a 190 encuestas válidas que, por medio de la segmentación realizada a través de dos preguntas filtro, se

obtuvo 180 encuestados que cumplían con los requerimientos mínimos para aportar con la investigación, es decir que la persona utilice servicios de estética y peluquería, y además que habite dentro del casco urbano de la ciudad de Cuenca. A continuación, se presentan los resultados recabados en el presente estudio.

**Pregunta 1: ¿Usted utiliza servicios de estética y peluquería?**

**Figura 8**

*Uso servicios de estética y peluquería*

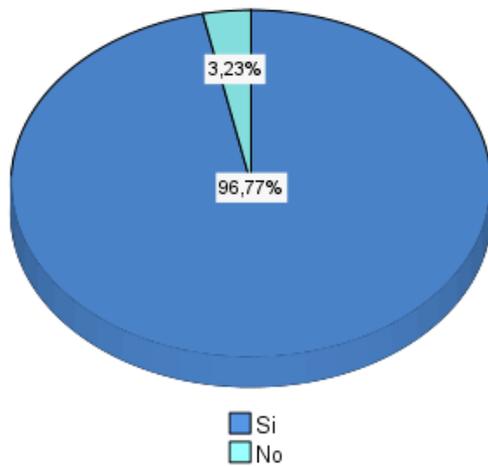


En primeras instancias, se presenta los resultados de la pregunta filtro inicial, que se realiza en base a si el encuestado hace uso de servicios estéticos como tal; de esta manera, se concluye que casi la totalidad de la muestra encuestada utilizan este tipo de servicios, aunque existe un mínimo porcentaje que respondió negativamente por motivos relacionados con que la persona se auto realiza procesos de belleza debido a que es un/una profesional en la rama o posee varios conocimientos al respecto, o simplemente no le toma relevancia a su aspecto físico.

**Pregunta 2: ¿Usted habita en el casco urbano del cantón de Cuenca?**

**Figura 9**

*Habita en el casco urbano de Cuenca*

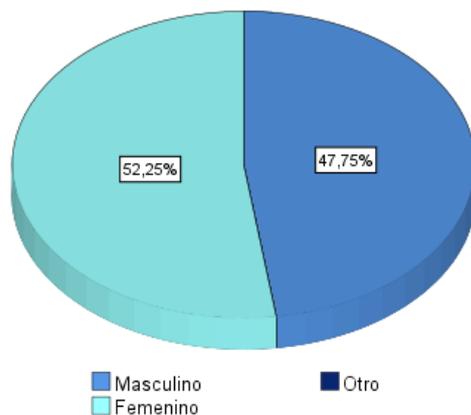


La segunda pregunta filtro nos permite definir mejor la variable geográfica del encuestado, es decir si la persona vive lo suficientemente cerca de la zona en la que estaría ubicado el centro de estética para que pueda ser considerada como un cliente potencial; por lo que, de igual manera, casi en su totalidad contestaron de manera afirmativa, ya que se precauteló este factor realizando las encuestas de manera presencial en sitios que minimicen la probabilidad de error, pero aun así existieron algunos transeúntes que solo se encontraban de paso pero su sector habitacional eran zonas rurales del cantón.

**Pregunta 3: Sexo**

**Figura 10**

*Sexo de los encuestados*

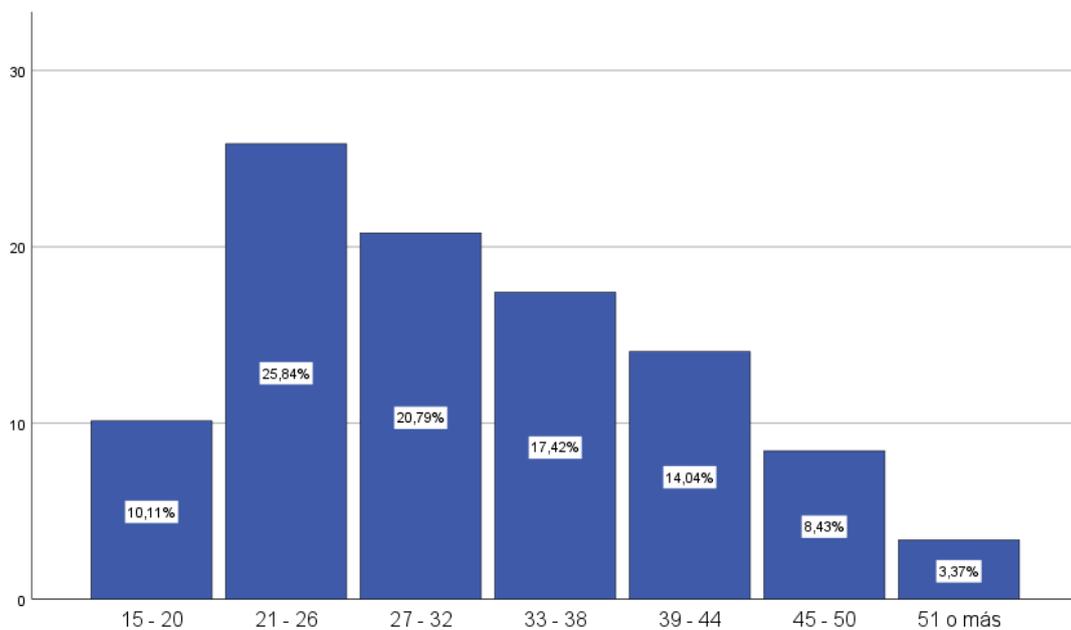


La investigación al ser planteada sin un enfoque específico hacia personas de sexo femenino o masculino, se trató de conseguir un estudio equitativo en esta área, logrando porcentajes muy similares entre cada sexo, para de esta manera poder obtener información que cubra con todas las consideraciones y opiniones que, los encuestados dentro del segmento de mercado al que se dirige este centro de estética y peluquería, puedan brindar.

#### **Pregunta 4: Edad**

**Figura 11**

*Edad de los encuestados*

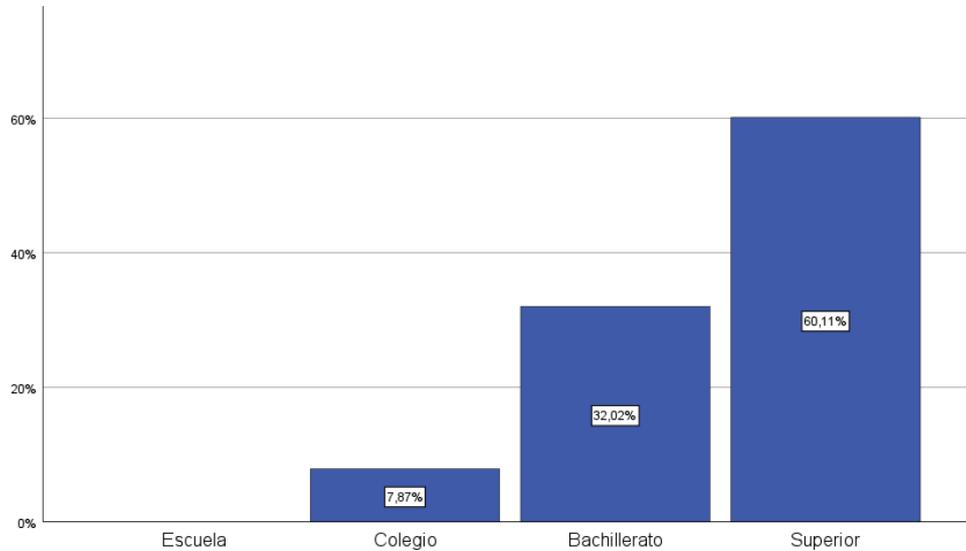


En cuanto a la edad de los encuestados, la investigación se enfocó en la obtención de apreciaciones con respecto a los centros de estética y peluquería de personas más jóvenes y con capacidad adquisitiva, ya que se plantea diseñar este negocio orientado hacia ellos, y de esta manera, mantener un estilo vanguardista con aspectos superiores en atención al cliente y calidad de servicio, por lo que se obtiene más del 70% de encuestados de esta muestra en edades entre 15 y 38 años.

## Pregunta 5: Nivel de educación

Figura 12

*Nivel de educación de los encuestados*

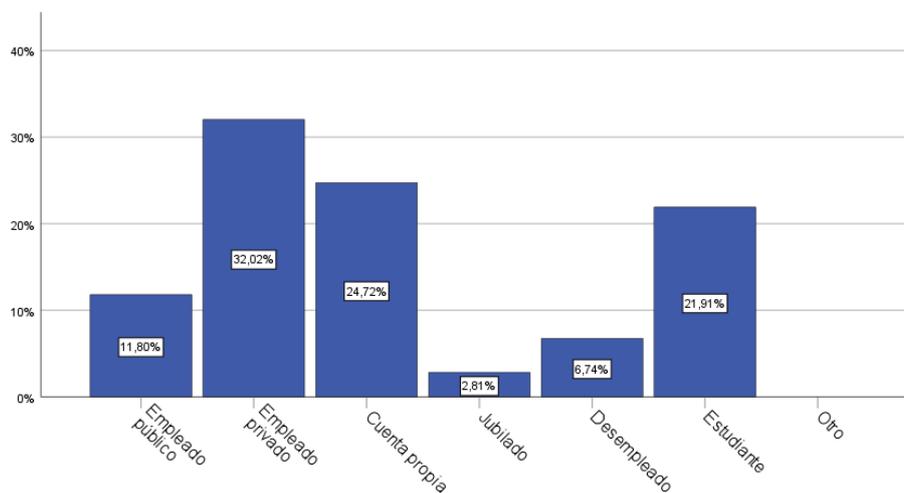


Los resultados obtenidos con respecto al nivel de educación que poseen los encuestados manifestó una superioridad por parte de los que han incurrido y terminado estudios superiores o universitarios en diferentes ramas con más del 60% de personas, ya que de igual manera se relaciona de mejor forma con los recursos y capacidad adquisitiva que pueden poseer.

## Pregunta 6: Ocupación

Figura 13

*Ocupación de los encuestados*

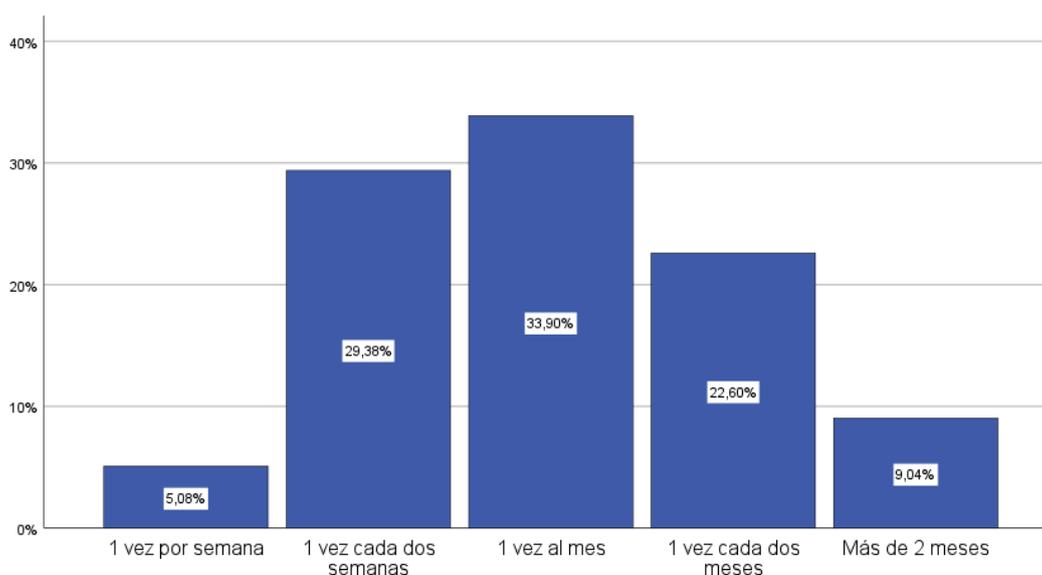


Esta investigación, al estar dirigida a un mercado relativamente joven con un poder de compra superior a la media, obtuvo un 68.54% de encuestados que poseen un trabajo ya sea fijo al ser empleado o tener un emprendimiento, o eventual al trabajar por cuenta propia; es decir, tienen una mayor posibilidad de poseer capacidad de compra ante los servicios ofertantes de este centro de estética y peluquería.

**Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de estética y peluquería?**

**Figura 14**

*Frecuencia de uso de servicios de estética y peluquería*

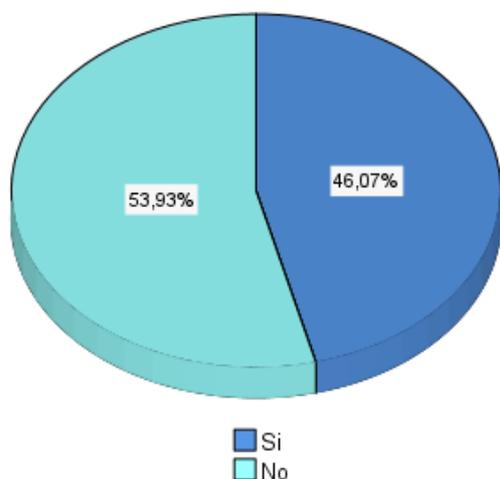


La frecuencia en la que los encuestados utilizan los diferentes servicios de belleza es trascendental en este estudio, ya que permite conocer el potencial de negocio en cuanto a la recurrencia de visitas que se puede tener y por ende el nivel de ingresos; es por esto que tal como se visualiza en la *figura 14*, se identifica como periodo de visita y uso de servicios estéticos, con afirmación de casi el 80% de encuestados, de una vez cada dos semanas a 1 vez cada dos meses, teniendo como tiempo priorizado de uso por la muestra una vez al mes con un 33,90% de encuestados.

**Pregunta 8: ¿Tiene un gabinete o salón de belleza de confianza?**

**Figura 15**

*Fidelización a competencia*

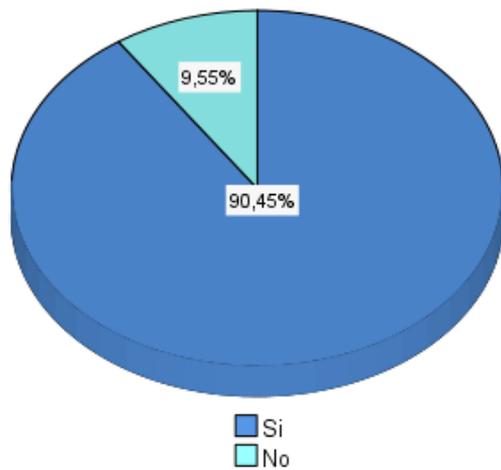


Aperturarse a un mercado con gran competencia puede significar una problemática para el desarrollo de un negocio, sobre todo en el ámbito de los salones, gabinetes y centros de estética que han incrementado exponencialmente en nuestra ciudad; es por esto que, como se puede evidenciar en la *figura 15*, se tiene 46,07% de encuestados que se encuentran fidelizados a un centro en el que se sienten cómodos con el servicio y puede que genere dificultad en su captación como clientes de este nuevo salón, sobre todo en el caso del sexo femenino que son las que mayormente utilizan este tipo de servicio y buscan tener un relación de confianza con el negocio que mayores beneficios le ofrezca, a diferencia del sexo masculino, que de igual manera busca tener un espacio en el cual sentirse cómodo con el trabajo que le realizan, pero tiene más apertura a experimentar nuevos sitios que le oferten una labor similar.

**Pregunta 9: ¿Si se implementara un centro de estética y peluquería que le ofrezca atención exclusiva y de calidad en la parroquia de San Sebastián, lo visitaría?**

**Figura 16**

*Nivel de aceptación de los encuestados en cuanto al nuevo salón*

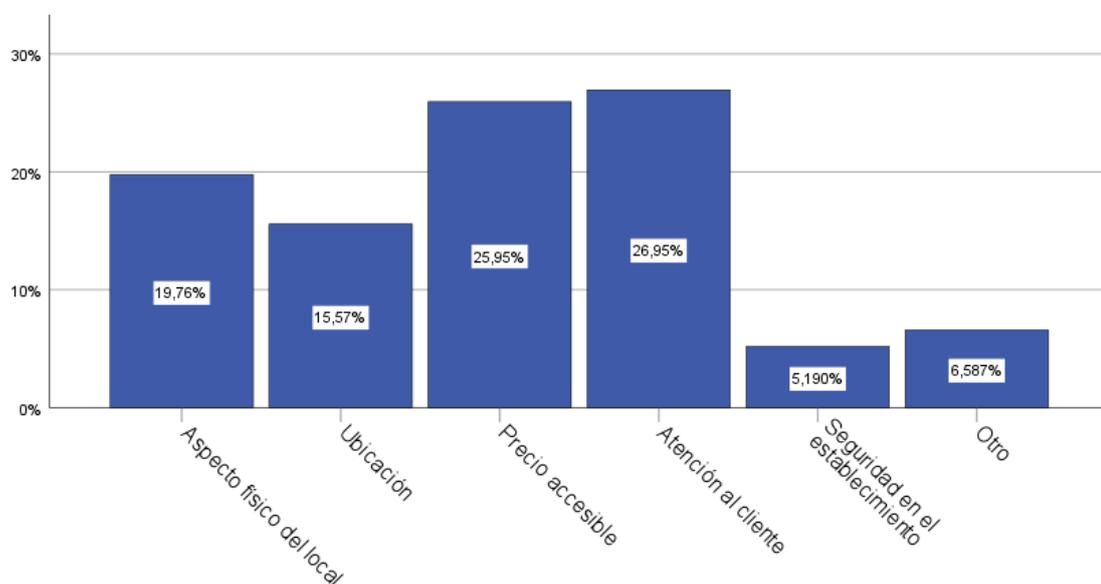


A pesar de tener un porcentaje alto en cuanto a la fidelización hacia algún centro de belleza, la muestra encuestada afirma su necesidad e interés por la oferta de la apertura de este tipo de negocio en un 90,45%, tomando en consideración todos los valores agregados que le puede brindar el establecimiento, tal como la cercanía a su domicilio, servicio de calidad y excelente atención al cliente.

**Pregunta 10: ¿Cuáles son los factores más importantes al momento de escoger un centro de estética y peluquería?**

**Figura 17**

*Factores importantes para atracción de clientes*

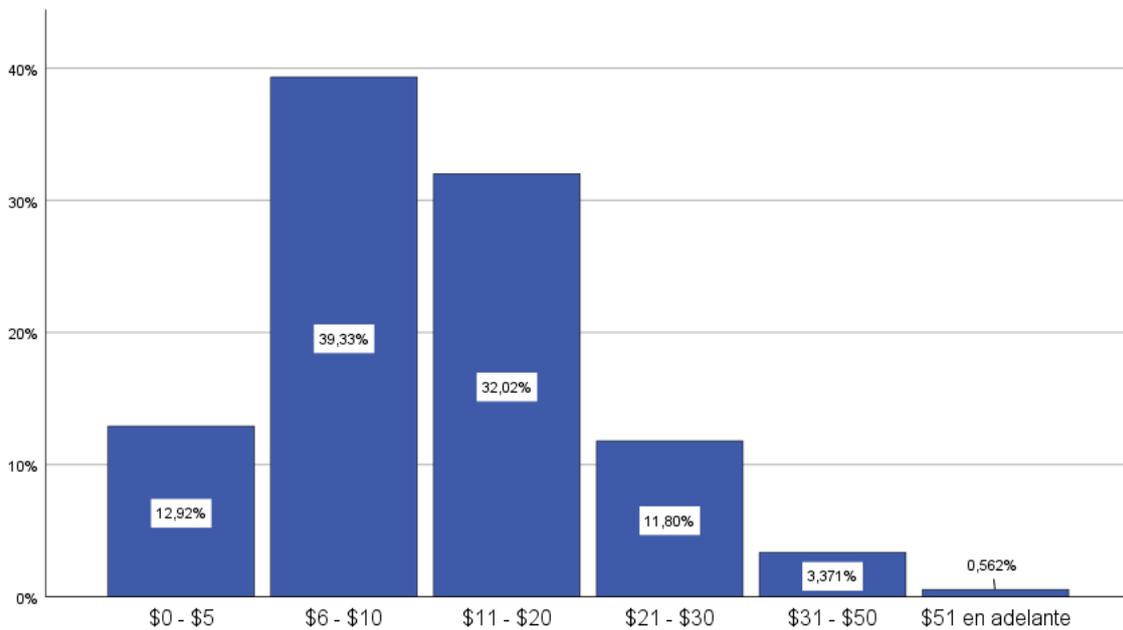


Los encuestados expresan un gran interés por la atención al cliente que perciben por parte de un negocio de este estilo, siendo un aspecto indispensable a considerar para la fidelización de los mismos; además, se observa que también necesitan tener una apreciación favorable con respecto a los precios, es decir, que se perciba un ambiente coherente entre el precio y el servicio entregado, incluyendo un espacio cómodo y vistoso en el cual vivir la experiencia que se le brinde; y finalmente, la información recolectada muestra varios juicios de valor con respecto a la alta calidad de los terminados y procesos que se realicen en la ejecución de los diferentes servicios.

**Pregunta 11: ¿Cuánto dinero gasta cada vez que asiste a un centro estético, gabinete o peluquería usualmente?**

**Figura 18**

*Gasto promedio por cliente*

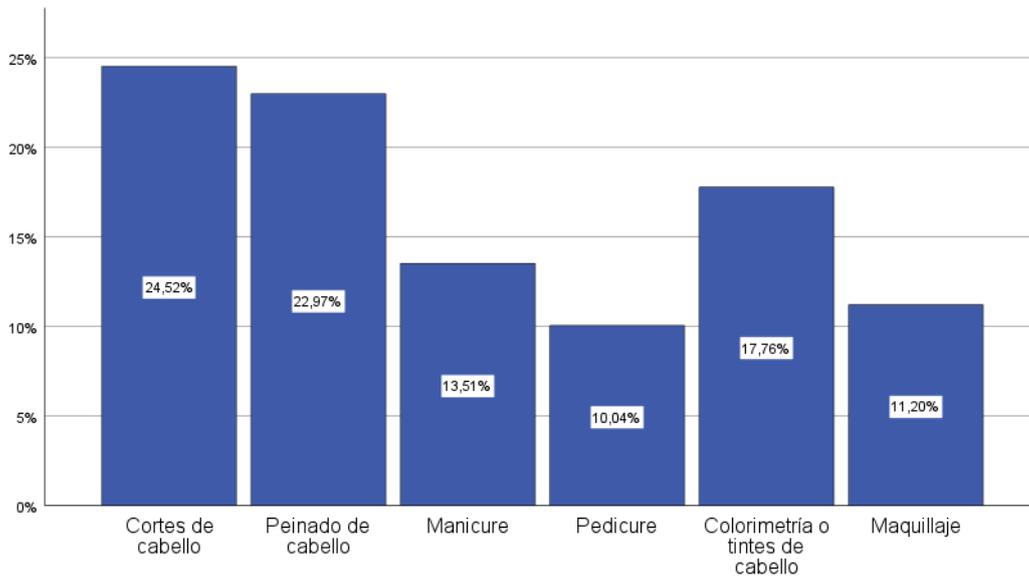


Como se observa en la *figura 18*, el 71,35% de los encuestado se manejan con un gasto promedio por cada visita a un salón de belleza de entre \$6 a 20\$, teniendo una diferenciación entre el gasto preferencial del sexo masculino, que se establece entre en el rango de \$0 a \$10, y el sexo femenino que abarca valores de gasto promedio mayores por la complejidad de servicios que comúnmente solicitan.

**Pregunta 12: ¿Qué servicios considera usted que debería ofrecerle un centro de estética y peluquería?**

**Figura 19**

*Servicios a ofrecer a clientes*

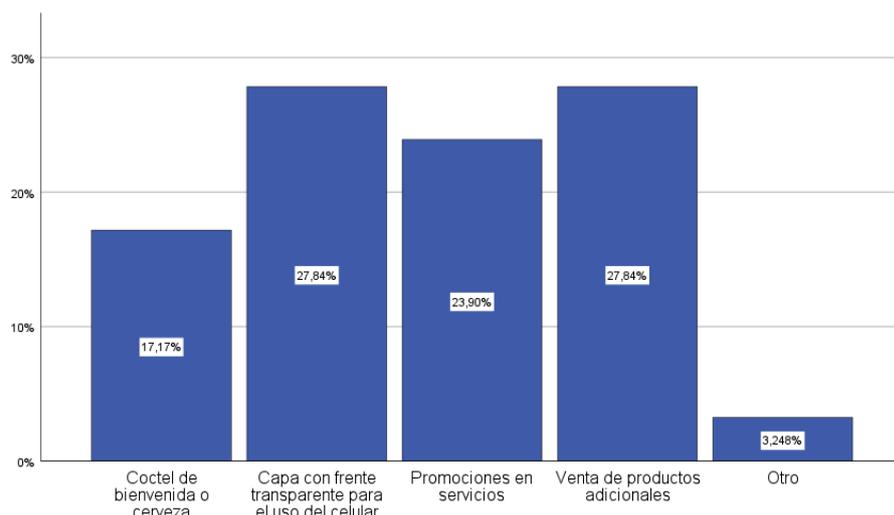


La muestra encuestada afirma una necesidad especial por los servicios de peluquería, es decir el corte, peinado y tinturado de cabello, con el 65,25% de personas que requieren constantemente de los tratamientos para esta área, particularmente los hombres, quienes requieren cortes de cabello con mucha mayor frecuencia y por lo general no se realizan otros servicios como manicure, pedicure o maquillaje, a comparación del sexo femenino que de igual manera toma mucho en consideración estos servicios para los diferentes encuentros sociales.

**Pregunta 13: Seleccione los servicios personalizados que le gustaría dentro de un centro de estética y peluquería, tal como:**

**Figura 20**

*Servicios personalizados*



De igual manera, se observa una diferenciación entre el sexo masculino y femenino ante los servicios personalizados que son de mayor interés para cada uno, siendo de la preferencia masculina el coctel de bienvenida, capa con frente transparente y se propusieron también el ofrecer internet gratuito, a diferencia de las mujeres que por la variedad de servicios que solicitan cuando asisten a un salón de belleza se interesan más por promociones en servicios y venta de productos adicionales, aunque de igual forma aprecian la capa e internet gratuito.

## 2.7 Proyección de la demanda

Para determinar la demanda proyectada que tendría el centro de estética y peluquería “Santa Cecilia”, en primer lugar, se identifica el mercado objetivo y los clientes potenciales en función de la edad y la ubicación geográfica. Específicamente, el grupo demográfico objetivo son hombres y mujeres entre 15 y 50 años de edad que residan en la parroquia urbana "San Sebastián" del cantón Cuenca. Posteriormente, se relaciona esta información con los datos obtenidos de la pregunta 9 de la encuesta aplicada a la muestra para estimar el porcentaje de personas dentro de este grupo demográfico que visitaría el centro, y finalmente se calcula la demanda por frecuencia de consumo de los diferentes servicios de belleza según la pregunta 7 de la encuesta realizada.

Según datos obtenidos del censo realizado en el año 2010 con respecto a la cantidad de personas habitantes de las parroquias urbanas del cantón Cuenca que poseen

edades de entre 15 a 50 años, se identificaron 186.636 personas, lo cual representa el 56,57% de la población total de la zona urbana del cantón.

$$\begin{array}{r} 186.636 \text{ Población de 15 a 50 años de zona urbana de Cuenca} \\ \div 329.928 \\ \hline \text{Población total de zona urbana de Cuenca} \\ 56,57\% \text{ Porcentaje de representación} \end{array}$$

**Tabla 3**

*Población por edades de las parroquias urbanas del cantón Cuenca*

<b>Edades (años)</b>	<b>Población</b>	<b>Edades (años)</b>	<b>Población</b>
15	6.005	33	4.919
16	6.119	34	4.679
17	6.61	35	4.475
18	7.175	36	4.442
19	7.184	37	4.369
20	6.944	38	4.363
21	6.622	39	4.249
22	7.03	40	4.065
23	6.752	41	3.816
24	6.746	42	3.842
25	6.644	43	3.731
26	6.198	44	3.621
27	6.278	45	3.773
28	6.262	46	3.588
29	5.959	47	3.705
30	5.806	48	3.417
31	5.391	49	3.278
32	5.108	50	3.471

**Fuente:** Basado en Censo de Población 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Establecida la población por el rango de edad en la zona urbana, es necesario interpolar esta información para obtener datos más actualizados, esto en base al porcentaje de población que representó la parroquia San Sebastián frente al total de población urbana de Cuenca en el año 2010, el cual es el 12,03%, valor que había sido obtenido con antelación en el diseño de la muestra para las encuestas. De esta manera, si se calcula el 12,03% de 186.636 personas, se obtiene que la población de 15 a 50 años de la parroquia San Sebastián en 2010 era de 22.452 habitantes.

$$\begin{array}{l}
 186.636 \text{ Población de 15 a 50 años de zona urbana de cuenca} \\
 \times \frac{12,03\%}{22.452} \text{ Porcentaje de población de parroquia San Sebastián frente a total población urbana de Cuenca} \\
 22.452 \text{ Población de 15 a 50 de parroquia San Sebastián}
 \end{array}$$

Obtenida la población definida en el rango de edad entre 15 a 50 años perteneciente a la parroquia urbana San Sebastián del cantón Cuenca para el 2010, es necesario proyectar estos datos hacia el año actual utilizando la tasa de crecimiento poblacional anual de 2,14%, lo que resulta en 29.567 personas para el año 2023.

**Tabla 4**

*Demanda proyectada en parroquia "San Sebastián"*

<b>TCPA</b>	<b>Año</b>	<b>Demanda San Sebastián</b>
2,14%	2010	22.452
2,14%	2011	22.933
2,14%	2012	23.424
2,14%	2013	23.925
2,14%	2014	24.437
2,14%	2015	24.960
2,14%	2016	25.494
2,14%	2017	26.039
2,14%	2018	26.597
2,14%	2019	27.166
2,14%	2020	27.747
2,14%	2021	28.341
2,14%	2022	28.948
<b>2,14%</b>	<b>2023</b>	<b>29.567</b>

**Nota:** El TCPA es la tasa de crecimiento poblacional anual que posee el cantón Cuenca, obteniendo un total de 29.567 personas de entre 15 a 50 años habitando la parroquia San Sebastián para el 2023.

**Fuente:** Basado en Censo de Población 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

En la encuesta realizada hacia la población cuencana, se consultó al mercado si asistiría a este nuevo centro de estética y belleza, pregunta que concluyó con un 90,45% de respuestas afirmativas; debido a esto y en base a las 29.567 personas en el rango de 15 a 50 años habitando la parroquia San Sebastián para el 2023, se identifica la demanda

proyectada en 26.743 personas para el año 2023 y con un continuo crecimiento en base al crecimiento poblacional, tal como se observa en la *tabla 5*.

**Tabla 5**

*Demanda proyectada hacia el futuro*

<b>TCPA</b>	<b>Año</b>	<b>Demanda de usuarios proyectada</b>
2,14%	2023	<b>26743</b>
2,14%	2024	27315
2,14%	2025	27900
2,14%	2026	28497
2,14%	2027	29107
2,14%	2028	29730
2,14%	2029	30366
2,14%	2030	31016

Finalmente, es importante tomar en consideración también la demanda por frecuencia de consumo que poseen los usuarios, teniendo como información la pregunta número 7 de la encuesta realizada en esta investigación, que se enfoca específicamente a la frecuencia en que las personas hacen uso de los servicios de belleza, por lo que como se puede observar en la tabla 6 se posee una demanda en veces de consumo por año de 401.252.

**Tabla 6**

*Demanda por frecuencia de consumo del usuario*

<b>Frecuencia de consumo</b>	<b>FCA</b>	<b>% de clientes</b>	<b>No. de clientes</b>	<b>Demanda en veces por año</b>
1 vez por semana	48	5,08%	1359	65210
1 vez cada dos semanas	24	29,38%	7857	188570
1 vez al mes	12	33,90%	9066	108791
1 vez cada dos mese	6	22,60%	6044	36264
Más de dos meses	1	9,04%	2418	2418
<b>Total</b>		100,00%	<b>26743</b>	<b>401.252</b>

*Nota:* Se entiende como FCA la frecuencia de consumo anual.

## 2.8 Determinación de oferta

Para la proyección de la oferta en los diferentes servicios que plantea el centro de estética y peluquería Santa Cecilia, se vio como una opción viable la indagatoria de los diferentes centros, gabinetes, salones y peluquerías ubicados en el mismo sector geográfico que se dediquen al tratamiento de la belleza en las áreas de maquillaje, manicure, pedicure, corte, peinado y tinturado de cabello.

En la parroquia urbana San Sebastián del cantón Cuenca, en base a una investigación de las empresas registradas en el SRI y la superintendencia de compañías, existen alrededor de 11 establecimientos que se consideran una competencia directa, ya que brindan o el conjunto de todos los servicios que se plantea ofrecer o se especializan preferentemente en un servicio, tal como lo son las peluquerías o los locales de uñas.

En base a esta información se recolectó datos de 3 locales competencia para identificar las diferentes variables a considerar para el cálculo de su oferta y el número de clientes que estos pueden llegar a tratar en su máxima capacidad, siempre tomando en consideración que podrían estar dispuestos a invertir más en personal, infraestructura y maquinaria si la demanda así lo exige.

**Tabla 7**

*Información salones de belleza competencia*

Detalle	Estilista y peluquería Lucy	Hilda's beauty salon	Centro Estilista Unisex Adriana
Max No. de clientes semanal	61	90	60
No. de empleados	2	3	2
Días laborables	6	6	6
Clase socio-económica de clientes	Media-alta y alta	Media y media-alta	Media

**Nota:** Se evidencia la capacidad máxima para cada centro de estética identificando los aspectos como la cantidad de mano de obra que realiza los servicios, número de días en que laboran y clase socio económica de sus clientes.

Se identifica una oferta de servicios promedio de 70 clientes semanales entre los salones de belleza determinados como competencia, lo que se traduce en brindar los

servicios de belleza a 3640 clientes anualmente, y este valor multiplicado por alrededor de 11 empresas competencia que existen en el sector, resulta una oferta de mercado hacia 40.040 personas.

**Tabla 8**

*Oferta proyectada*

<b>Año</b>	<b>Clientes promedio atendidos semanalmente</b>	<b>Semanas al año</b>	<b>Oferta promedio</b>	<b>Oferta total al mercado</b>
2023	70	52	3.640	<b>40.040</b>

## 2.9 Participación del mercado

Identificada la demanda proyectada, los servicios a ofrecer y el número de clientes promedio que puede llegar a poseer el centro de estética y peluquería Santa Cecilia de manera anual, es indispensable establecer la porción o participación de mercado que se podría cubrir en el transcurso de los periodos venideros.

Para este tipo de negocios, es fundamental crear el ambiente propicio para fidelizar mediante un excelente servicio al cliente y la satisfacción de este frente a la calidad de producto final con respecto a el servicio solicitado, ya que al existir un mercado muy competitivo es necesario abarcar y retener el mayor porcentaje de participación posible; pero, para el logro de este objetivo, se tiene que generar un valor agregado mediante distintos diferenciadores y estrategias que mejoren la percepción del cliente frente al salón.

Al analizar la demanda en frecuencia de consumo anual y su relación con la oferta que se produce en el mercado, se identifica una demanda insatisfecha; aunque de igual manera, al tener una fuerte competencia, es difícil abarcar un masivo porcentaje de participación en el mercado, por lo que mediante la aplicación de correctas estrategias de marketing y un desarrollo sostenible del negocio, se puede llegar a cubrir el 1% de la demanda; es decir, abarcar de los 401.252 veces que el mercado hace uso de los servicios de belleza anualmente, tan solo una porción de 4.013 veces para el año 2023, lo que se traduce en 77 consumos semanales para el centro de estética y peluquería Santa Cecilia.

**Tabla 9**

*Participación de mercado proyectada a cubrir*

<b>Año</b>	<b>Demanda por FCA</b>	<b>1% de participación de mercado</b>
<b>2023</b>	<b>401.252</b>	<b>4.013</b>
2024	409.839	4.098
2025	418.609	4.186
2026	427.568	4.276
2027	436.718	4.367
2028	446.063	4.461
2029	455.609	4.556
2030	465.359	4.654

*Nota:* Se entiende como FCA la frecuencia de consumo anual.

## **CAPÍTULO 3**

### **Introducción**

En el presente capítulo se establecen algunos aspectos técnicos y operativos para el desarrollo del centro de estética y peluquería Santa Cecilia, tal como lo es el tamaño que manejará el salón, que se calculó en base a la cantidad de servicios que el mercado solicita y la porción que se desea cubrir del mismo; además, se identifica la ubicación general y específica en la que se localizaría el negocio, analizando diferentes opciones y seleccionando la mejor alternativa. Posteriormente, se define en la ingeniería del proyecto, el diagrama de flujo y los distintos muebles, equipo y maquinaria que se necesita para el funcionamiento del local. Finalmente, es indispensable para el sistema organizativo, funcional y creacional de proyecto establecer el layout, organigrama, manual de funciones que debe seguir cada empleado para cumplir los estándares de su trabajo, y el marco legal al que remitirse para la formación de la empresa conforme a la normativa legal.

### **3. Estudio técnico/operativo**

#### **3.1 Determinación del tamaño del gabinete**

Determinar el tamaño del gabinete es un factor fundamental para el estudio ya que permite calcular con precisión los costos de maquinaria, muebles y demás accesorios necesarios. Además, nos ayuda a identificar la tecnología más apropiada para equipar el centro de estética y peluquería, el cual es un valor agregado que permitiría brindar servicios de calidad superior en comparación con la competencia actual.

Para calcular de mejor manera el tamaño que debería tener este negocio, se tomará como referencia los resultados de la pregunta número 12 realizada a la muestra encuestada, en la que se consulta acerca de los servicios que debería ofrecer un centro de estética y peluquería, de esta forma se puede definir el porcentaje de cada servicio que nuestros futuros clientes consideran necesario que les oferten.

**Tabla 10***Demanda potencial por servicios*

<b>Servicios demandados</b>	<b>Porcentaje</b>
Procedimientos en el cabello	65.25%
Manicure	13.51%
Pedicure	10.04%
Maquillaje	11.20%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

*Nota:* Dentro de procedimientos en el cabello se encuentra los servicios de corte, peinado y tinturado de cabello.

Posteriormente, es indispensable pronosticar el número de clientes que se recibirá en el salón de belleza en base los clientes totales que se esperan según la participación de mercado que se busca, para de esta manera, identificar la cantidad aproximada de servicios demandados anualmente.

**Tabla 11***Demanda anual por servicios*

<b>Servicios</b>	<b>demanda anual</b>							
	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>
Procedimientos en el cabello	2618	2674	2732	2790	2850	2911	2973	3036
Manicure	542	554	565	578	590	603	615	628
Pedicure	403	411	420	429	438	448	457	467
Maquillaje	449	459	469	479	489	500	510	521
<b>Servicios totales</b>	<b>4013</b>	<b>4098</b>	<b>4186</b>	<b>4276</b>	<b>4367</b>	<b>4461</b>	<b>4556</b>	<b>4654</b>

Finalmente, se establece la demanda aproximada mensual de clientes por cada servicio; para de esta manera, tener una mejor percepción del número de servicios que se realizará en el salón de belleza, y así determinar los actores indispensables para satisfacer las necesidades del negocio, tal como la cantidad de maquinaria, materia prima y mano de obra.

**Tabla 12***Demanda mensual por servicios*

Servicios	Demanda mensual							
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Procedimientos en el cabello	218	223	228	232	237	243	248	253
Manicure	45	46	47	48	49	50	51	52
Pedicure	34	34	35	36	37	37	38	39
Maquillaje	37	38	39	40	41	42	43	43
<b>Servicios totales</b>	<b>334</b>	<b>342</b>	<b>349</b>	<b>356</b>	<b>364</b>	<b>372</b>	<b>380</b>	<b>388</b>

### 3.2 Localización del gabinete

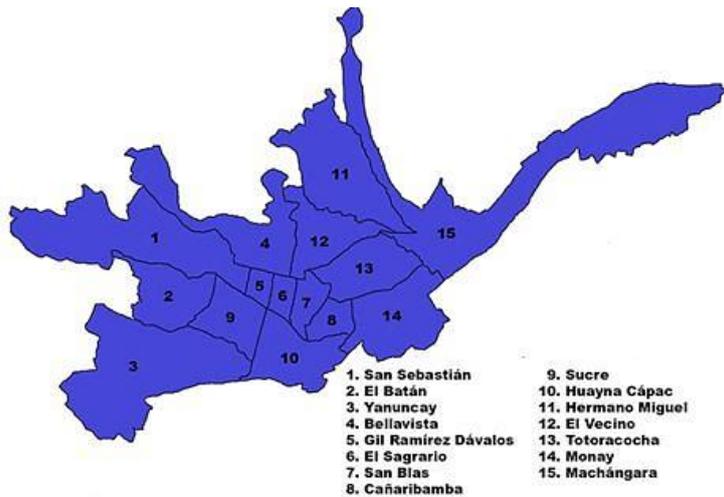
En primera instancia, para poder establecer la ubicación del centro de estética y peluquería “Santa Cecilia”, es necesario precisar la macro localización, posteriormente identificar la micro localización por medio de la propuesta de opciones, que se analizará a través del método cualitativo por puntos, y así determinar la mejor alternativa.

#### 3.2.1 Macro localización

La ubicación general del establecimiento en cuestión pretende ser el cantón Cuenca, que tal como lo establece su Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, está dividido en área urbana, con una superficie de 6.771 hectáreas, área de influencia inmediata, con 12.013 hectáreas, y un área rural, con 312.880 hectáreas, por lo que se establece en 70,59 km<sup>2</sup> de territorio ecuatoriano. Se delimita el sector de localización del gabinete hacia el sector urbano, el cual está formado por 15 parroquias que se dividen en: Bellavista, Cañaribamba, El Batán, El Sagrario, El Vecino, Gil Ramírez Dávalos, Hermano Miguel, Huayna Cápac, Machángara, Monay, San Blas, San Sebastián, Sucre, Totoracocha, Yanuncay.

## Figura 21

### Parroquias urbanas del cantón Cuenca



Fuente: Basado en Pedro Palacios, alcalde gracias al sector urbano de Cuenca, La Andariega, por Juan Beltrán, 2019, <https://landariega.com/resultados-urbanos-rurales-alcalde-cuenca/>.

### 3.2.2 Micro localización

El método cualitativo por puntos es una herramienta que nos permite definir los factores principales y determinantes para la selección de una localización específica e idónea para el centro de estética y belleza; de esta manera se asignan valores ponderados de peso relativo, en base a el nivel de trascendencia que el investigador propone para cada uno, posteriormente se proporciona un puntaje según la alternativa analizada, que en este caso es sobre 10 puntos, siendo 1 la calificación más baja que indica cualidades negativas y siendo 10 la calificación que demuestre mayor eficiencia y beneficio.

Se seleccionan 3 ubicaciones óptimas para el salón:

- Arándanos (Junto al centro comercial Arándanos)
- Parque del tejar (Local en arriendo ubicado en la zona esquinera del parque del tejar)
- Bell Academy (Frente al colegio Bell Academy)

Los criterios que serán considerados a analizar serán:

- **Competencia:** cantidad de locales que oferten al mercado servicios similares a los que se plantea ofrecer.
- **Clientes:** existencia continua y masiva de transeúntes o potenciales clientes en el área.

- **Costos:** cantidad de dinero que es necesaria para permanecer o utilizar el espacio para el gabinete.
- **Infraestructura:** se debe considerar si la zona cuenta con una construcción adecuada, fácil capacidad de modificaciones para conversión a un salón de belleza, así como facilidad de ingreso para medios de transporte, servicios de internet, etc.
- **Accesibilidad:** es importante considerar si la ubicación es accesible para los empleados, clientes y proveedores. Si la empresa está en un lugar de difícil acceso, puede afectar negativamente la productividad y el flujo de trabajo.

**Tabla 13**

*Matriz de método cualitativo por puntos*

Factores	Porcentaje	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Arándanos		Parque del tejar		Bell Academy	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Competencia	22%	6	1.32	4	0.88	6	1.32
Clientes	35%	6	2.1	8	2.8	5	1.75
Costos	22%	7	1.54	6	1.32	9	1.98
Infraestructura	14%	7	0.98	8	1.12	9	1.26
Accesibilidad	7%	7	0.49	8	0.56	7	0.49
<b>TOTAL</b>	100%	33	<b>6.43</b>	34	<b>6.68</b>	36	<b>6.8</b>

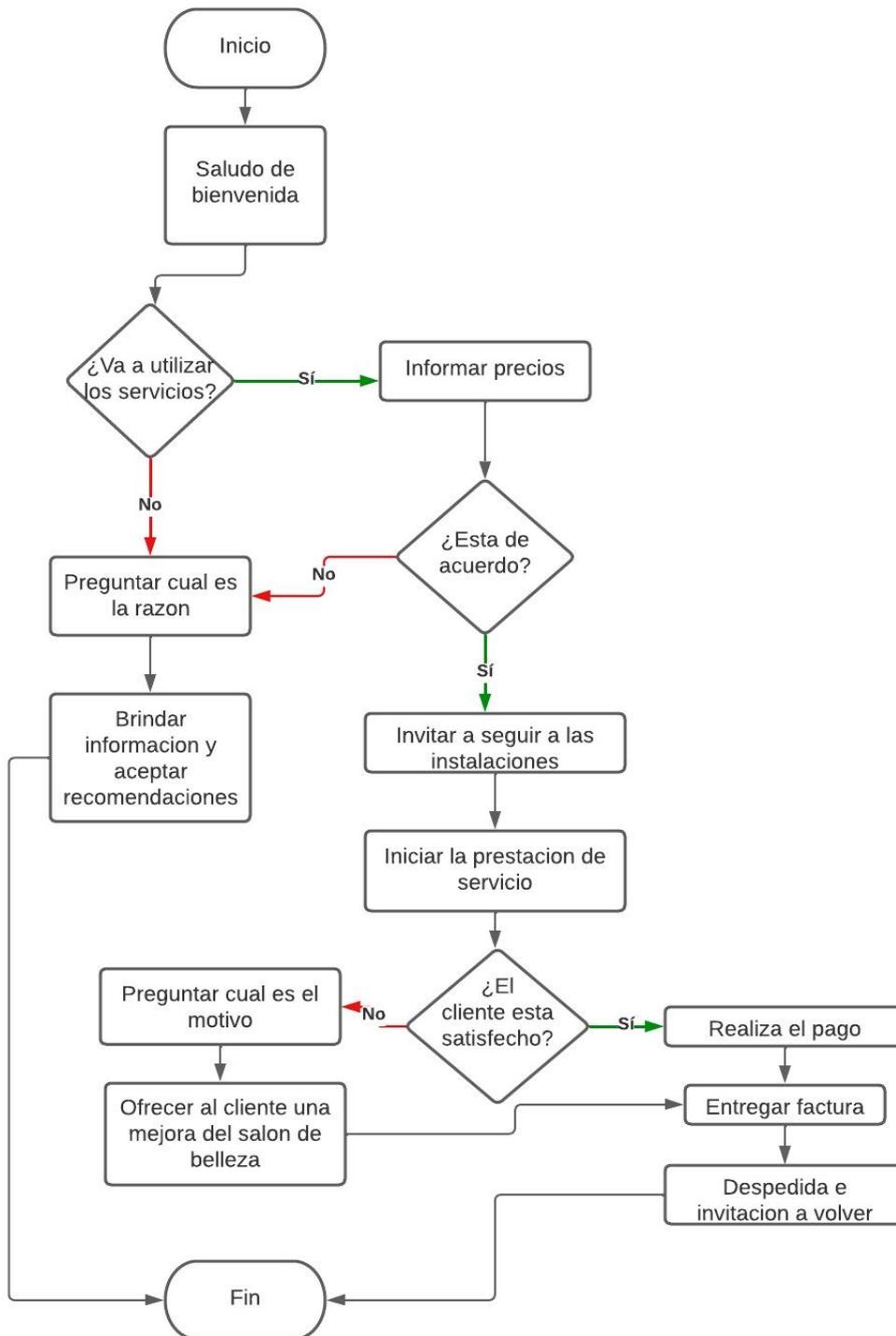
Con base al método desarrollado, se concluye que la alternativa más beneficiosa para la localización específica del centro de estética y peluquería Santa Cecilia es frente al colegio Bell Academy, ya que, a pesar de no encontrarse en una zona con un paso de transeúntes importante, obtiene una calificación superior en cuanto a los bajos costos que representa el uso de las instalaciones, espacio e infraestructura, debido a que esta localidad es propiedad del centro de formación artesanal Santa Cecilia y actualmente es utilizada para las prácticas de las estudiantes, por lo que no incurre en un costo de oportunidad al no cancelar valores por concepto de arriendo.

### 3.3 Ingeniería del proyecto

#### 3.3.1 Diagrama de flujo del centro de estética

Figura 22

Diagrama de flujo del centro de estética y peluquería



## **1. Saludo de bienvenida**

El primer paso para brindar los servicios es dar una cálida bienvenida al cliente, ya que este inicia con educación y cordialidad el sentir de toda la experiencia. Nuestro objetivo es establecer la confianza y la hospitalidad para garantizar que nuestros clientes se sientan cómodos y seguros durante su visita.

## **2. ¿Va a utilizar los servicios?**

La primera pregunta de control, se usará para conocer si se brindará el servicio al cliente o únicamente se requiere información al respecto del mismo. En caso de que no utilice los servicios ofertados, se considera la mejor opción continuar el proceso preguntando la razón por la cual no usará los servicios, y conforme a la respuesta, se le brinda la información que el cliente necesite, así como también se tomará en cuenta las diversas sugerencias y recomendaciones para el término del proceso. Si la respuesta a la pregunta de control es afirmativa, se avanza al siguiente paso.

## **3. Informar precios**

Se comprende que la fijación de precios es una preocupación común entre los clientes, por lo que es importante brindar información clara y coherente sobre los servicios desde el principio. Esto ayuda a evitar confusiones o complicaciones durante el proceso.

## **4. ¿Está de acuerdo?**

Posterior a discutir los detalles del precio, se consulta con el cliente si está de acuerdo con los términos y condiciones de los servicios que se le brindará. Si no está de acuerdo, se tomará en consideración los comentarios emitidos y se dará cualquier información necesaria para culminar el proceso; y en el caso contrario de que el cliente si se encuentre de acuerdo, se continúa al siguiente paso.

## **5. Invitar a seguir a las instalaciones**

Se procede con la invitación hacia los clientes para explorar las instalaciones y disfrutar de los diferentes servicios. Este paso garantiza que estén al tanto de todo el valor agregado que se ofrece y puedan tomar decisiones informadas sobre lo que desean, y de esta manera se pueda dar paso a la siguiente pregunta de control.

## **6. El cliente está satisfecho**

Cuando el servicio llega a su fin, se pregunta a los clientes si están satisfechos con el trabajo realizado. Esta retroalimentación es valiosa para ayudar a mejorar los diversos servicios, y se aprecia cualquier sugerencia o crítica. Si están satisfechos, se procede al pago y entrega la respectiva factura, caso contrario se consulta cuáles son los aspectos del servicio que no le agradó al cliente y se ofrecen diferentes soluciones para los mismos. En general, el principal objetivo es brindar un excelente servicio al cliente y garantizar que estos tengan una experiencia cómoda, agradable y satisfactoria, para así fomentar la fidelización y reiteración en la compra. Posterior a todo lo mencionado, se da por terminado el proceso de brindar los servicios de un salón de belleza.

### **3.3.2 Muebles, maquinaria y equipo**

#### **3.3.2.1 Proveedores**

Identificar la maquinaria y equipo a utilizar es indispensable para la funcionalidad y desarrollo del proyecto, por lo que en primeras instancias se establecen los potenciales proveedores mayoristas con los cuales adquirir estos bienes, y posteriormente, definir el precio y la cantidad necesaria para la oferta de los diferentes servicios al mercado.

En cuanto a los proveedores, el modelo de negocio de los gabinetes y salones de belleza no incurre en maquinaria muy compleja, sino más bien se plantea una ejecución de servicios manuales con la máxima calidad y detalle posible por parte de él/la especialista, por lo que los proveedores se relacionan más con el diseño de muebles y decoración, pero también ofrecen las maquinarias básicas y equipo tecnológico apropiado para la ejecución de este tipo de servicios.

**Tabla 14**

*Posibles proveedores de equipo*

---

Importaciones Alicia	
Mega Mobilier	
JMBC Tecnología	

---

En el ámbito de la belleza, tanto en cosmética como en equipo para salones de belleza, los proveedores ecuatorianos más importantes se encuentran en la ciudad de Guayaquil, ya que al tener el puerto marítimo existen muchos distribuidores mayoristas, es por esto que de esta ciudad se ha seleccionado a la empresa Alicia Importaciones, ubicada en la calle Tungurahua 611 entre Hurtado y Vélez, pero también tiene una sucursal en Cuenca, la empresa Mega Mobilier, enfocada en muebles, iluminación y decoración, ubicada en P. Icaza 630e y Escobedo, y la empresa cuencana JMBC Tecnología, ubicada en la Av. Ricardo Durán, la cual vende y distribuye diferentes productos tecnológicos a mayorista y minorista. Estas empresas tienen años de experiencia en el mercado, mantienen entre sus clientes empresas de gran prestigio y ofrecen productos de alta calidad, diseñados para satisfacer las diversas necesidades de comodidad y estilo.

En base a los precios, ofrecen rangos para todo tipo de cliente, pero al requerir diferentes muebles, equipos y maquinaria con una calidad superior para ser empleados en un centro de estética y belleza, los precios aumentan; de esta manera, se ha seleccionado las mejores opciones dentro de las diversas ofertas que plantea cada proveedor, considerando aspectos como calidad del producto, funcionalidad y costo, siendo elegidos los siguientes:

**Tabla 15***Muebles maquinaria y equipo para salón de belleza*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>	
Máquina De Cortar Cabello Y Barba Surker Negra Turbo	4
Plancha para alisado BaByliss Pro	1
Plancha para rizos	1
Máquina Depiladora Puré Silk Spa Combo 2 En 1	2
Vaporizador para cabello y piel nano hair Cuidado Persona	2
Secador Turbo con sillón	1
Lampara UV Secador De Uñas	2
Maquina Pulidor De Uñas Eléctrico Removedor Acrílico	1
Secador de pelo profesional	3
<b>Muebles y enseres</b>	
Sillón Reclinable Hudson	3
Espejo Hamilton con luces	3
Lava cabeza americano	1
Mesa para manicure	2
Silla moderna para manicure	4
Set para pedicure	1
Set de peinillas para el cabello	3
Set de cepillos Spornette	2
Set de tijeras profesionales	3
Carritos auxiliares	3
Recibidor	1
Silla de oficina	1
Sillón de espera	1
Estantes	2
Vitrina	2
Cafetera	1
<b>Equipo de computación</b>	
Computadora Dell	1
Pantalla con parlante Alexa	1
Impresora Epson	1
Mouse inalámbrico	1
Cámara de seguridad	2
<b>Equipo de oficina</b>	
Teléfono convencional	1
Teléfono móvil iPhone	1
Calculadora	1

### 3.3.2.2 Maquinaria y equipo

**Figura 23**

*Máquina de cortar cabello y barba Surker Turbo*



Fuente: (Importacionesalicia, 2023)

En la actualidad, para realizar un trabajo profesional y con mayor calidad, es muy necesario una máquina cortadora de cabello y barba, ya que permitirá poder brindar un mejor terminado al servicio ofrecido, sobre todo en el caso de los hombres, ya que hoy en día los cortes con diferentes diseños se ha vuelto tendencia. Una característica que aporta gran comodidad al momento de ejecutar un corte, es adquirir una máquina inalámbrica, debido a que se posee mayor movilidad y control.

**Figura 24**

*Plancha para alisado BaByliss Pro*



Fuente: (Importacionesalicia, 2023)

Este tipo de planchas de cabello utilizadas por profesionales crea una experiencia para el cliente mucho más agradable, ya que su tecnología en titanio aporta una mejor protección y planchado en el cabello, y a su vez maneja las temperaturas más adecuadas para llegar a obtener mejores resultados en el cabello.

### **Figura 25**

*Plancha para rizos Shine Therapy C111AF Pro*



La rizador de cabello es utilizada sobre todo para realizar o definir estilos de peinados que se basen en los rizos o crespos, que generalmente se trabajan con cabellos largos. Esta máquina es seleccionada ya que penetra, regenera y repara tu cabello gracias a su barril de cerámica recubierto con aguacate y macadamia que le da el máximo cuidado al cabello.

### **Figura 26**

*Maquina depiladora corporal y de cejas*



Son necesarias maquinas que permitan dar terminados estéticos y marcados en las cejas, y también toques de limpieza en las diferentes zonas del cuerpo. Se puede usar con crema o gel de afeitar y se puede limpiar con agua corriente. Posee tres cuchillas flotantes

que aseguran un afeitado al ras y cómodo; además, tienen el beneficio funcional en cuanto a su manejo con una batería a pilas.

### **Figura 27**

*Vaporizador para cabello y piel nano hair Cuidado Persona*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Este dispositivo es nuevo en el mercado, pero favorece en demasía a la calidad de servicio que se realiza, ya que adopta el sistema de hidratación de agua nano presurizada dinámica, que convierte el agua en una molécula, ayudando a hidratar el cabello seco e incluso la piel del rostro, haciendo que estos sean con un aspecto más brillante y sedosos.

### **Figura 28**

*Secador Turbo con sillón*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Al momento de ejecutar procesos de tinturado de cabello o los diferentes tratamientos capilares, el cliente necesita esperar mucho tiempo para que los químicos realicen su trabajo y obtengan el cambio que deseaban, por lo que un secador turbo

permite apresurar este proceso y brindar un mejor acabado al servicio, además el sillón permite darles el toque de comodidad que los clientes necesitan.

### **Figura 29**

*Lampara UV Secador De Uñas*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Estas lámparas han sido utilizadas en el mercado de la belleza hace algún tiempo, debido a que tienen un tipo de tecnología de curado de esmaltes sin calentar, además de que permite trabajar con todo tipo de esmaltes.

### **Figura 30**

*Maquina Pulidor De Uñas Eléctrico*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Esta herramienta permite un trabajo más estilizado al realizar servicios de pedicura, ya que al trabajar manualmente pueden existir fallas que esta máquina evita, para posteriormente aplicar el esmalte con los distintos diseños que el cliente guste.

### **Figura 31**

*Secador de pelo profesional*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Para trabajos que humedezcan el cuero cabelludo es necesario el uso de un secador de pelo profesional, siendo uno de los más utilizados el secador de iones negativos de 2000 W, el cual posee un potente secado, además de rápido y con bajo ruido, posee diferentes boquillas y se maneja 2 velocidades y 3 ajustes de calor.

### **3.3.2.3 Muebles y enseres**

### **Figura 32**

*Sillón Reclinable Hudson*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

Este sillón mantiene su sistema de multiuso con su característica reclinable, ya que está pensado para que su función se encuentre en la comodidad del cliente al realizar servicios de cualquier tipo en el cabello y de maquillaje, pero permite también trabajar en

cejas y barba; este además, posee un diseño moderno que permite al establecimiento mostrarse más juvenil y elegante.

### **Figura 33**

*Espejo Hamilton con luces*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

Este modelo de espejo, además de mantener un estilo vanguardista, permite un uso funcional al momento de ejecutar los servicios, ya que posee un estante para que el/la estilista asiente sus instrumentos y pueda trabajar de mejor manera, incluso posee la ventaja de que como es grande, el cliente puede supervisar continuamente el proceso que le están realizando y observar todo el avance de su servicio.

### **Figura 34**

*Mesa para manicure*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

Estos modelos de mesas empleadas únicamente para los servicios de manicure dan un aspecto estilizado al local, además de que posee compartimientos que permiten tener todo el equipo y productos organizados.

### **Figura 35**

*Silla moderna para manicure*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

De igual manera los asientos utilizados al realizar servicios de manicure, deben tener una comodidad muy evidente, ya que este tipo de servicios maneja bastante tiempo de ejecución, además en cuestiones de estética del local debe mantener armonía con todo el diseño que plantea el centro de estética.

### **Figura 36**

*Set para pedicura*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

El servicio de manicure suele resultar muy incómodo para la persona que lo realiza debido a la posición en la que lo debe ejecutar, por lo que es indispensable tener un espacio en el que tanto el cliente como él/la especialista se sientan cómodos, además de tener las herramientas del caso, tal como el lava pies.

### **Figura 37**

*Lava cabeza americano*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

Un elemento indispensable en una peluquería es el lava cabeza, ya que al concluir un corte de cabello siempre existen pequeños rastros de pelo que suelen incomodar bastante, así que tener la cortesía de lavar el cabello al cliente al terminar el trabajo es un buen valor agregado; además de que para otros servicios de procedimientos en el cabello es más que necesario, por ejemplo en la tinturación o colorimetría, al momento de retirar los productos químicos empleados para la respectiva decoloración o cambio de color.

### **Figura 38**

*Set de peinillas para el cabello*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Un peluquero o un profesional que trabaje con el cabello necesita como herramienta básica diferentes tipos de peinillas que le permitan mover, acomodar y dar

forma a conveniencia el cabello para así realizar los diferentes estilos que el cliente solicite.

### **Figura 39**

*Set de cepillos Spornette Magnesium Miracle and Big Wonder*

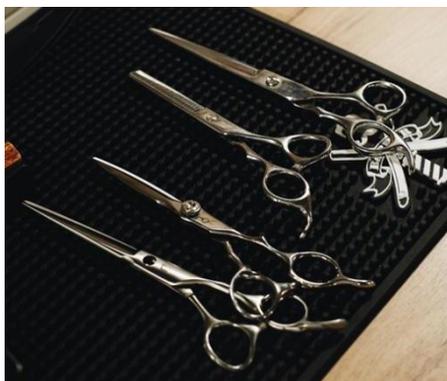


**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

El manejo del cabello y las herramientas que se utilizan son complementarios al momento de la ejecución de este tipo de servicios, por lo que dependiendo del tipo de cuero cabelludo que posea el cliente y del resultado que se desee lograr será necesario utilizar el cepillo adecuado.

### **Figura 40**

*Set de tijeras*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

En los servicios de peluquería, las herramientas básicas para desempeñar las tareas de un profesional en el área de belleza son las tijeras, que en la antigüedad se utilizaban

en todo momento para la ejecución de cortes de cabello, pero con la nuevas tecnologías han aparecido maquinas que han reemplazado y mejorado el trabajo, pero aun se siguen utilizando para dar acabados o manejo con cabellos largos.

### **Figura 41**

*Carritos auxiliares*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

En un salón de belleza se realizan diferentes tipos de servicios, tal como maquillaje, tintes, manicura, cortes, etc., por lo que comúnmente se trabajan con varias maquinarias y diversidad de productos, los cuales es mucho mejor tener ordenados y evitar problemas, no solamente con la eficiencia en la utilización de estos, sino para que el resultado del trabajo en el cliente sea óptimo; debido a esto, el carrito auxiliar es indispensable para él/la profesional de la estética.

### **Figura 42**

*Recibidor*



**Fuente:** (megamobiliar, 2021)

El recibidor será la primera zona que visitarán los clientes, ya que este será el lugar donde se les dará la bienvenida y la información necesaria para que se les pueda brindar el servicio de la mejor manera.

### **Figura 43**

Silla de oficina



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

La comodidad de la recepcionista es indispensable para su productividad laboral, por lo que es necesario que mantenga un asiento móvil y adaptable a su fisonomía corporal, con una altura seleccionable para que encuentre el punto seguro para el uso de la computadora en largos periodos de tiempo.

### **Figura 44**

Sillón de espera



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

En ocasiones los profesionales en belleza se encuentran realizando algún servicio a clientes, por lo que si llega otro cliente y tiene que esperar a que se libere un espacio

para que pueda ser atendido, es necesario que tenga un lugar cómodo para permanecer mientras tanto, por lo que un salón de belleza debe contar con sillones de espera.

### **Figura 45**

*Estantes*



**Fuente:** (megamobilier, 2021)

Para la manicura se utilizan variedad de esmaltes que, para mejor percepción del cliente, deben estar a plena vista; y, además, para lograr la función de decoración, se utilizan estantes que coordinen con el aspectos y estilo del gabinete en general.

### **Figura 46**

*Vitrinas*



**Fuente:** (Importacionesalicia, 2023)

Al ofrecer servicios de tinturación, colorimetría y tratamientos en el cabello, es necesario utilizar variedad de productos cosméticos y químicos como tintes, shampoos, gel, cremas, etc., por lo que se necesita tener un espacio, tal como unas vitrinas, para ubicar todo este inventario y que siga cumpliendo una función de decoración del gabinete.

Son suficientes un par de vitrinas con un ancho de 1 metro, una altura de 1 metro y una profundidad de 50 centímetros.

**Figura 47**

*Cafetera*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

En el transcurso del día, se puede generar un cansancio en el trabajo de belleza, por lo que tanto para el personal como para los clientes, se tendrá una cafetera en la cual calentar agua y servir cafés o aguas aromáticas que promuevan la mejor eficiencia para los/las profesionales en su trabajo, o la comodidad y confort para los clientes.

### **3.3.2.4 Equipo de computación**

**Figura 48**

*Computadora Dell*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

En la zona de recepción de clientes y registro de ventas se necesita una computadora, por lo que se propone una laptop Dell Inspiron 15 2022, con pantalla HD de 15.6 pulgadas, procesador Intel Celeron N4020, RAM DDR4 de 16 GB, SSD PCIe de 1 TB y Windows 11 Home, suficiente para el trabajo en el que será empleada.

### **Figura 49**

*Alexa Echo Show 8 Segunda Generación 2021*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

Para el entretenimiento del personal , de los clientes , y en favor de brindar un ambiente más amigable, se necesitará un reproductor y amplificador de música, tal como Alexa Echo Show 8 , la cual es un asistente Inteligente que posee una pantalla táctil de 8 pulgadas y en el cual se puede acceder a cualquier música en spotify o amazon music.

### **Figura 50**

*Impresora Epson*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

Para la impresión de facturas y demás documentos necesarios, se opta por la adquisición de la impresora Epson L3250, la cual ofrece la revolucionaria impresión sin cartuchos, con nuevo diseño de tanques frontales, botellas de tinta con llenado automático y codificado para llenado fácil de color.

### **Figura 51**

*Mouse inalámbrico*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

De igual manera, un mouse inalámbrico permitiría a la recepcionista un correcto manejo del computador, evitando errores en el desarrollo del trabajo diario, y mejorando la comodidad en su puesto.

### **Figura 52**

*Cámara de seguridad*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

La seguridad también es un punto trascendental para cualquier negocio, por lo que las cámaras de seguridad permitirán monitorear las actividades diarias en el salón, además

de en casos fortuitos como robos o pérdidas, se podrá captar a los implicados o caso contrario solucionar conflictos de mejor manera.

### 3.3.2.5 Equipo de oficina

**Figura 53**

*Teléfono convencional*



Fuente: (Jmbctecnologiaec, 2022).

Los medios de comunicación directa son un beneficio que deben tener las empresas para poder generar ventas o brindar información de manera más eficiente, por lo que un teléfono fijo podrá ser funcional para conversaciones con proveedores y clientes.

**Figura 54**

*Teléfono móvil*



Fuente: (Jmbctecnologiaec, 2022).

Además de un teléfono fijo, en la actualidad es necesario mantener comunicado al mercado sobre los servicios que se brinda, y la manera más eficaz de realizar esto es

por medio de las redes sociales, por lo que es indispensable mantenerse constantemente anunciando de la calidad, beneficios y promociones de sus servicios.

### **Figura 55**

*Calculadora*



**Fuente:** (Jmbctecnologiaec, 2022).

Al ser un negocio por obligatoriedad va a tener que manejar montos de dinero, que es necesario se mantenga coherente y verídico para evitar conflictos; de esta manera, una calculadora para ejecutar cálculos básicos ayudará a la recepcionista con ese manejo de efectivo.

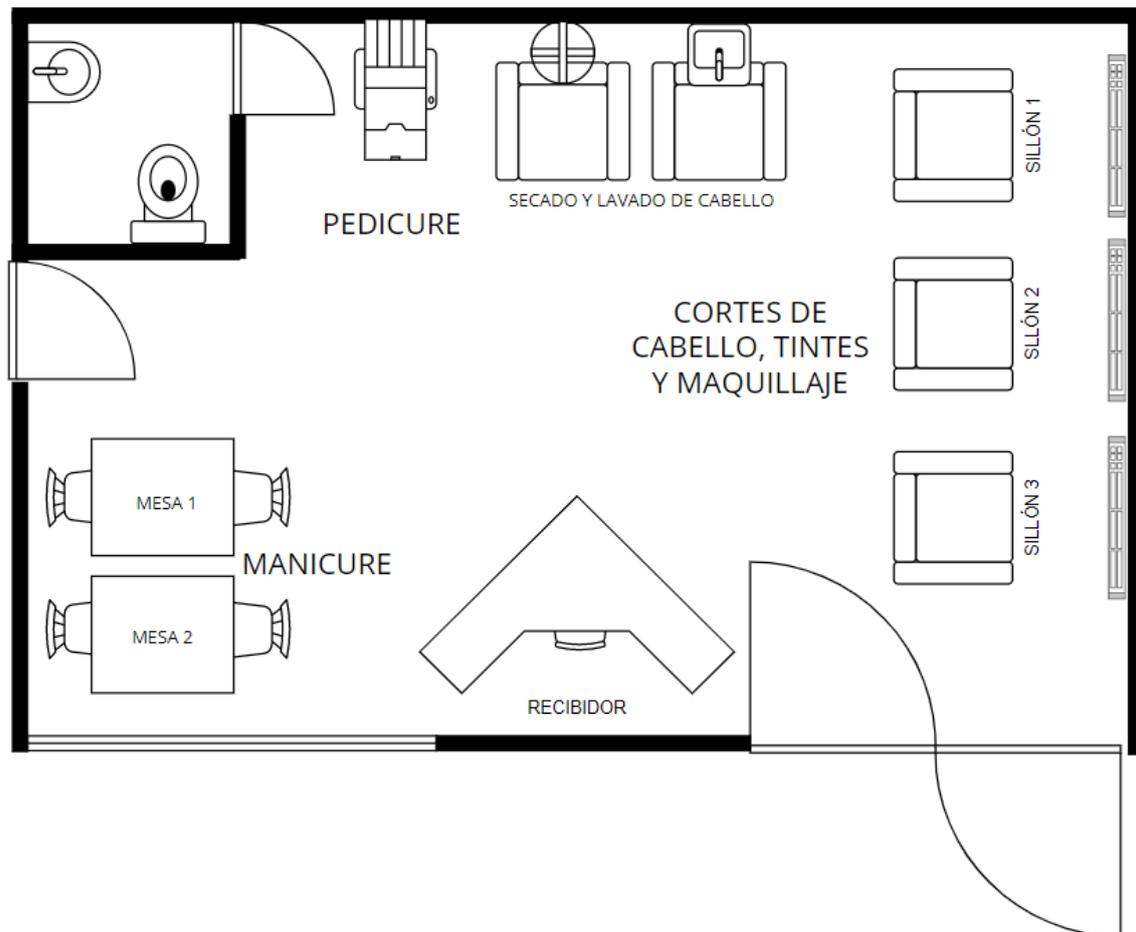
## **3.4 Layout**

En cuanto a la organización de espacios del centro de estética y peluquería “Santa Cecilia”, este está distribuido en base a los servicios que se va a ofrecer, por lo que se identifican 4 áreas:

- Área A: el recibidor es en donde se da la bienvenida al cliente y se da información adicional con respecto a la ejecución de los servicios.
- Área B: este es el espacio donde se realizan los servicios de cortes, tinturado de cabello y maquillaje, en el cual se encuentran 3 sillones y los respectivos espejos.
- Área C: en este espacio se realiza todos los servicios en cuanto a manicure se refiere, por lo que tienen las mesas y sillas para atender al cliente.
- Área D: en esta zona se encuentran el espacio para el servicio de pedicure, y los servicios adicionales de los procedimientos en el cabello como lo son el secado y lavado.

**Figura 56**

*Organización de salón de belleza*

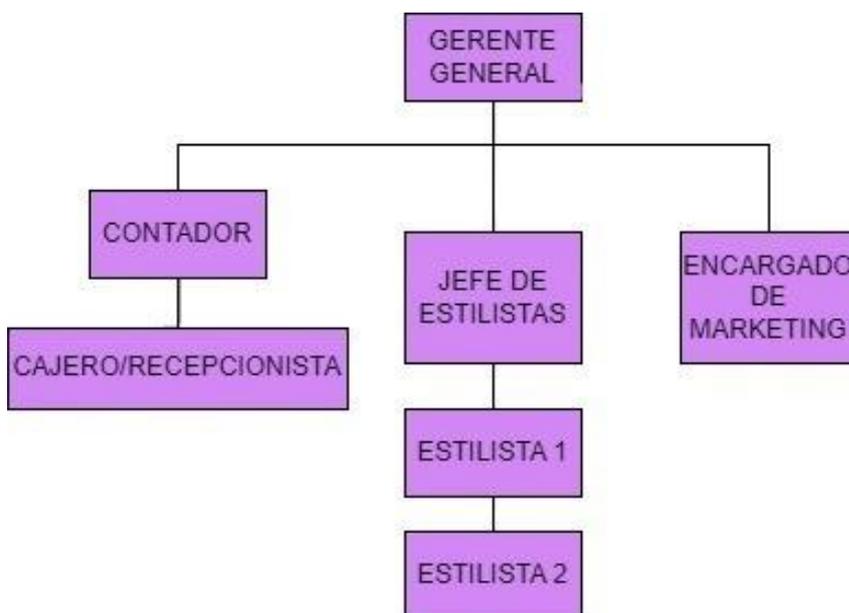


### **3.5 Organigrama general del gabinete.**

El organigrama se elaboró en función de los cargos que se requiere en una empresa nueva dedicada a prestar los servicios de un centro de estética y peluquería, los cuales se consideran necesarios para que empiece a funcionar y poder atender de una manera adecuada a los clientes.

**Figura 57:**

*Organigrama centro de estética y peluquería Santa Cecilia*



### 3.6 Manual de funciones

Para el manual de funciones es necesario describir las actividades y responsabilidades de cada miembro involucrado en la organización; además de especificar algunos aspectos indispensables que se deben cumplir para desarrollar sus labores de manera adecuada, como lo es el nivel académico, experiencia previa o requisitos a cumplir y todas las funciones a desempeñar.

**Tabla 16**

*Manual de funciones para el cargo de gerente general*

<b>CARGO:</b> Gerente general	
<b>POSICIÓN:</b> Administrativa	
<b>Descripción del cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El gerente general es el encargado del funcionamiento diario del salón de belleza, tanto en aspectos de supervisión, dirección y motivación al equipo de trabajo, rendimiento económico/funcional, gestión y administración de recursos, etc.</li> </ul>
<b>Requisitos para el cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínimo de 5 años</li> <li>• Conocimientos básicos de contabilidad</li> </ul>

- Habilidades organizativas
  - Cualidades en servicio al cliente y liderazgo
- Funciones:**
- Supervisar actividades económicas, administrativas y operativas
  - Contratar personal para el salón de belleza
  - Controlar las remuneraciones de los subordinados, incluyendo horarios de trabajo
  - Realizar pedidos de productos de belleza que se necesite para cubrir el mes de trabajo
- 

### Tabla 17

*Manual de funciones para el cargo de contador*

---

**CARGO:** Contador

---

**POSICION:** Área administrativa

---

**Descripción del cargo:**

- Realiza los estados financieros de la empresa, también contabiliza los ingresos, egresos y movimientos del salón de belleza, lleva registros contables y tributarios.

**Requisitos para el cargo:**

- Formación académica: Titulado en contabilidad y auditoría
- Experiencia mínima de 2 años
- Tener habilidades numéricas, ser ético, capacidad de solucionar problemas y ser efectivo.

**Funciones:**

- Elaborar declaraciones de impuestos
- Pago de sueldos y salarios de la nómina.
- Presentar informes de auditoría de manera mensual.
- Elaborar asientos contables.
- Controlar el flujo de caja de la empresa.
- Tener en cuenta los constantes cambios en la normativa tributaria y laboral.

---

**Tabla 18**

*Manual de funciones para el cargo de cajero-recepcionista*

---

<b>CARGO:</b> Cajero- Recepcionista	
<b>POSICION:</b> Área de ventas	
<b>Descripción del cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es el encargado de atender a los clientes que llegan al establecimiento, recibiendo los pagos correspondientes y proporcionando información general sobre los servicios ofrecidos. Además, es responsable de la gestión de la caja, llevando un control preciso de los ingresos y gastos, realizando el arqueo de caja al final del día y manteniendo los registros necesarios.</li></ul>
<b>Requisitos para el cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formación académica: Bachiller</li><li>• Experiencia de 6 meses en el área</li><li>• Ser honrado, responsable, puntual, ético y con buena atención al cliente</li></ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recibir al cliente</li><li>• Recibir dinero en efectivo o cheques</li><li>• Recibir documentación necesaria</li><li>• Atender a los clientes y brindar información</li><li>• Atender llamadas</li></ul>

---

**Tabla 19**

*Manual de funciones para el cargo de jefe de estilistas.*

---

<b>CARGO:</b> Jefe de estilistas	
<b>POSICION:</b> Área operativa	
<b>Descripción del cargo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brinda servicios profesionales en belleza a los clientes del establecimiento, y además supervisa, controla y verifica que los/las estilistas a su mando ejecuten los servicios de la</li></ul>

---

	mejor manera, creando una relación propicia con los clientes.
<b>Requisitos para el cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación académica: titulado en formación en belleza</li> <li>• Con experiencia mínima de 2 años</li> <li>• Ser responsable, tener liderazgo y trabajo en equipo.</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar los materiales que hagan falta</li> <li>• Dirigir en el proceso de servicios a las estilistas a su cargo</li> <li>• Recibir sugerencias o recomendaciones por parte del cliente</li> <li>• Controlar a las estilistas a su cargo de manera profesional, dando sugerencias para un mejor desenvolvimiento en su trabajo</li> </ul>

---

## Tabla 20

*Manual de funciones para el cargo de estilista.*

---

<b>CARGO:</b> Estilista	
<b>POSICION:</b> Área operativa	
<b>Descripción:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de la estética e imagen del cliente, brindando sus servicios profesionales.</li> </ul>
<b>Requisitos para el cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación académica: titulada en belleza.</li> <li>• Con experiencia mínima de 1 año.</li> <li>• Responsable, puntual, servicio al cliente y buena comunicación</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar un servicio personalizado a los que el cliente necesita.</li> <li>• Orientar sobre los mejores productos para proceder con sus servicios profesionales.</li> <li>• Identificar las necesidades del cliente.</li> </ul>

---

- Limpiar el salón para que tenga una mejor imagen cada que un cliente salga del local.
- Estar en cursos constantes donde se pueda practicar, mejorar e innovar técnicas.

## Tabla 21

*Manual de funciones para el cargo de encargado de marketing.*

**CARGO:** Encargado de Marketing

**POSICION:** Área administrativa

<b>Descripción:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de planificar o coordinar las políticas de marketing de la empresa en redes sociales o brindar una buena estrategia para la obtención de clientes</li> </ul>
<b>Requisitos para el cargo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación académica: título universitario o maestría en marketing</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en empresas similares</li> <li>• Responsable, puntual, ético, con capacidad en trabajar en equipo</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la estrategia de marketing adecuada para el negocio</li> <li>• Supervisar y aportar material de marketing como banners de sitios web</li> <li>• Generar contenidos valiosos y atractivo para el sitio web y redes sociales de la empresa</li> <li>• Generar campañas de marketing</li> </ul>

## 3.7 Marco legal

La estructura legal de una empresa se refiere a cómo está organizada y representada. Seleccionar el tipo de organización apropiada es crucial ya que tiene implicaciones de gran alcance para todos los aspectos de una pequeña empresa, incluidos

el sistema de cancelación de impuestos y el nivel de responsabilidad financiera. Existen algunas estructuras legales recurrentes: unipersonal, sociedad y corporaciones, y es importante considerar cuidadosamente los pros y los contras de cada una antes de tomar una decisión.

### **3.7.1 Tipo de Empresa**

En este caso, el centro de estética y peluquería Santa Cecilia sería un proyecto que adoptaría la persona jurídica de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada; de esta manera, y posterior a los procesos de inscripción en los sistemas gubernamentales como el Servicio de Rentas Internas (SRI), se podrá ejercer normalmente actividades económico comerciales.

La ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada (2015) manifiesta en los artículos de generalidades y naturaleza jurídica:

- “Art. 1. Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello”

#### **3.7.1.1 Constitución de la Microempresa Unipersonal**

Al establecer una empresa unipersonal, es esencial crear un documento de constitución que describa las operaciones y el gobierno de la empresa. Sin embargo, si el nombre o la razón social que ha seleccionado ya está registrado, no puede registrar su empresa unipersonal o establecimiento comercial con el mismo nombre. La Cámara de Comercio mantiene un registro de todas las empresas y es necesario verificar la disponibilidad del nombre deseado antes de continuar con el proceso de registro.

#### **3.7.1.2 Trámite de legalización**

Para la conformación del centro de estética y peluquería Santa Cecilia se considera pertinente registrar la personería jurídica, ya que de esta manera el propietario estará obligada a lo siguiente:

- Inscripción en el RUC.
- Entrega y emisión de comprobantes de ventas autorizados por el SRI.
- Presentación de declaraciones de acuerdo a la actividad económica.
- Obligatoriedad de llevar contabilidad una vez que los ingresos brutos superen los \$300,000.00
- El centro de estética y peluquería Santa Cecilia debe cumplir con esta obligación al inicio de sus actividades económicas, sin necesidad de ser notificado por la administración tributaria (Servicio de Rentas Internas, 2018).

### **3.7.1.3 Requerimientos tributarios**

El Registro Único de Contribuyentes se solicita en el SRI, para lo cual se necesita la documentación que se detalla a continuación:

- Formulario correspondiente y debidamente llenado
- Original y copia de la escritura de Constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copia de cedula y papeleta de votación (Servicio de Rentas Internas, 2018).

### **3.7.1.4 Permisos de funcionamiento**

#### **- Certificación del Cuerpo de Bomberos**

El siguiente paso para obtener un permiso de operación comercial es obtener la autorización necesaria del departamento de bomberos local. Esto requiere solicitar una inspección para garantizar el cumplimiento de normas de seguridad contra incendios, incluida la instalación de extintores de acuerdo con las dimensiones del local comercial. Este permiso debe renovarse anualmente.

Para obtener el permiso de funcionamiento se requieren los siguientes documentos:

- Original y copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes) actualizado
- Una copia de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de la designación del representante legal de la empresa
- Copia a color de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Comprobante de compra de extintores. Es importante señalar que estos extintores deben recargarse anualmente, siendo imprescindible la factura para la renovación del permiso de funcionamiento.

#### - **Patente Municipal**

En Cuenca, la obtención de un registro de patente municipal es un requisito obligatorio para realizar cualquier negocio. Este es un impuesto anual que deben pagar las personas naturales, jurídicas u organizaciones, tanto nacionales como extranjeras, que hayan declarado su domicilio o establecido su presencia dentro de la jurisdicción municipal o metropolitana correspondiente.

El registro de patente municipal es aplicable a quienes ejercen actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias o profesionales permanentes dentro de la ciudad. Este registro sirve como prueba de que la empresa está autorizada para operar y cumple con las regulaciones locales.

#### - **Registro Municipal Obligatorio para el Ejercicio de Actividades Económicas en el Cantón Cuenca**

Este trámite faculta a la persona interesada a emplazar cualquier tipo de actividad diferente a la vivienda, según la calificación del uso de suelo, y de acuerdo a las disposiciones vigentes, especificadas para cada sector de planeamiento, así como los planes de actuación urbanística correspondientes. Este departamento es el punto de inicio para saber si la actividad puede o no emplazarse en algún sector y cumplir con las exigencias previo a su funcionamiento.

Como establece la guía de trámites y servicios de la Ilustre Municipalidad de Cuenca, para proceder con esta documentación en primeras instancias se debe:

- Ingresar a través de la plataforma <https://enlinea.cuenca.gob.ec>
- Ingresar la documentación por la plataforma - opción RMO.
- Se asigna una fecha de inspección en caso de ser necesario.

- Cancelar la tasa establecida en las ventanillas de tesorería o puntos de pago autorizados.

El requisito que se debe cumplir es:

- Carta de pago del predio urbano.

### **3.7.2 Inversión en documentación legal**

El total de inversión en trámites funcionales, organizacionales y legales necesarios para el desarrollo del centro de estética y peluquería Santa Cecilia, incurre en los USD \$300 para valores a pagar a organismos gubernamentales para la constitución de la empresa y USD \$150 en servicios de abogados y los diferentes permisos obligatorios de funcionamiento.

# **CAPÍTULO 4**

## **Introducción**

El presente estudio financiero tiene como finalidad evaluar la viabilidad económica y financiera de la creación del centro de estética y peluquería Santa Cecilia, a través de un análisis exhaustivo en el que se examinarán los aspectos financieros clave de este proyecto, proporcionando una visión clara sobre la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. En primer lugar, se realizó un análisis detallado de los costos involucrados en la puesta en marcha y operación del negocio incluyendo la inversión inicial en equipos, mobiliario, suministros, decoración y cualquier otro gasto necesario para establecer el negocio. Además, se considerarán los costos operativos recurrentes, como alquiler, servicios públicos, salarios del personal, seguros y gastos de marketing, para a continuación estimar los ingresos potenciales del salón, basados en una proyección realista de la demanda de servicios y el precio de los mismos. Posteriormente se elaboraron estados financieros proyectados para analizar la rentabilidad y la situación financiera del gabinete a lo largo de un período de tiempo determinado. Estos estados financieros permitirán evaluar la capacidad del negocio para generar ganancias, cubrir los gastos y cumplir con las obligaciones financieras, que se comprobarán por medio del cálculo de indicadores financieros clave, como el punto de equilibrio, el valor actual neto, el retorno de la inversión y el período de recuperación, que proporcionarán información valiosa sobre la eficiencia y la rentabilidad del negocio, ayudando a tomar decisiones informadas sobre la factibilidad del emprendimiento.

## **4. Estudio financiero**

### **4.1 Inversiones requeridas.**

Para este estudio, es necesario calcular las inversiones que se tendrán que realizar para la creación física y funcional de centro de estética y peluquería Santa Cecilia; de esta manera, es indispensable identificar las diferentes inyecciones económicas que necesitará la empresa para activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

**Tabla 22***Inversiones requeridas*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Activos fijos	\$7.954,92
Activos diferidos	\$ 950,00
Capital de trabajo	\$4.823,20
<b>Total</b>	<b>\$13.728,12</b>

**4.1.1 Activos fijos**

Tal como se puede evidenciar en el capítulo anterior en cuanto a los muebles, maquinaria, y equipos necesarios para el salón de belleza, se identifican los siguientes valores y cantidades para cada bien requerido en el salón de belleza:

**Tabla 23***Activos fijos necesarios para el salón de belleza*

<b>Muebles, maquinaria y equipo</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio total</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Máquina De Cortar Cabello Y Barba Surker Negra Turbo	\$53,00	4	\$212,00
Plancha para alisado BaByliss Pro	\$150,00	1	\$150,00
Plancha para rizos	\$60,00	1	\$60,00
Máquina Depiladora Puré Silk Spa Combo 2 En 1	\$70,00	2	\$140,00
Vaporizador para cabello y piel nano hair Cuidado Persona	\$100,00	2	\$200,00
Secador Turbo con sillón	\$200,00	1	\$200,00
Lampara UV Secador De Uñas	\$15,00	2	\$30,00
Maquina Pulidor De Uñas Eléctrico	\$10,00	1	\$10,00
Secador de pelo profesional	\$50,00	3	\$150,00
<b>Muebles y enseres</b>			
Sillón Reclinable Hudson	\$415,00	3	\$1.245,00
Espejo Hamilton con luces	\$332,64	3	\$997,92
Lava cabeza americano	\$350,00	1	\$350,00
Mesa para manicure	\$100,00	2	\$200,00
Silla moderna para manicure	\$50,00	4	\$200,00
Set para pedicure	\$160,00	1	\$160,00

Set de peinillas para el cabello	\$30,00	3	\$90,00
Set de cepillos Spornette	\$125,00	2	\$250,00
Set de tijeras	\$45,00	3	\$135,00
Carritos auxiliares	\$50,00	3	\$150,00
Recibidor	\$425,00	1	\$425,00
Silla de oficina	\$120,00	1	\$120,00
Sillón de espera	\$350,00	1	\$350,00
Estantes	\$60,00	2	\$120,00
Vitrina	\$100,00	2	\$200,00
Cafetera	\$45,00	1	\$45,00
<b>Equipo de computación</b>			
Computadora Dell	\$750,00	1	\$750,00
Pantalla con parlante alexa	\$150,00	1	\$150,00
Impresora Epson	\$257,00	1	\$257,00
Mouse inalámbrico	\$18,00	1	\$18,00
Cámara de seguridad	\$25,00	2	\$50,00
<b>Equipo de oficina</b>			
Teléfono convencional	\$22,00	1	\$22,00
Teléfono movil	\$500,00	1	\$500,00
Calculadora	\$18,00	1	\$18,00

Posterior al análisis de los diferentes requerimientos que posee el salón de belleza en cuanto a los activos fijos como de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina, se identificó la inversión planteada en la siguiente tabla.

**Tabla 24**

*Inversión requerida en activos fijos*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Maquinaria y equipo	\$1.152,00
Muebles y enseres	\$5.037,92
Equipo de computación	\$1.225,00
Equipo de oficina	\$540,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.954,92</b>

Se puede apreciar que en efecto la mayor inversión requerida para la creación del salón de belleza es en el equipamiento del local como tal, es decir en muebles y enseres con el 63,33% de la inversión total, por lo que se debería tener en cuenta la importancia de este elemento, sin olvidar que para que el local y los servicios se puedan desarrollar de

la mejor manera, las inversiones en maquinaria y equipo tanto de computación como de oficina son trascendentales.

#### **4.1.1.1 Depreciaciones de activos fijos**

Las inversiones que se realizarán en activos fijos tienen un valor inicial en el momento de su adquisición; sin embargo, a medida que pasa el tiempo, estas inversiones tienden a perder su valor monetario. Esto significa que su valor actual puede ser inferior al precio de compra. Para contabilizar esta disminución en el valor, se aplica la depreciación a los activos tangibles, mientras que la amortización se usa para los activos intangibles. Tanto la depreciación como la amortización se calculan anualmente con el objetivo de recuperar la inversión inicial. Cabe mencionar que estos no son egresos de la empresa en efectivo, sino que más bien se los considera como una disminución en el estado de resultados.

En la LRTI (Ley de Régimen Tributario Interno) se establecen los valores para depreciación y amortización en base a la vida útil de los activos y el porcentaje en el que disminuyen de valor anualmente. Estos valores se describen en detalle a continuación:

**Tabla 25**

*Depreciación de activos*

<b>Activos a depreciar</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Porcentaje</b>
Equipos de computación	3	33,33%
Equipos de oficina	10	10,00%
Muebles y enseres	10	10,00%
Maquinaria y equipo	10	10,00%
Edificios	20	5,00%

Una vez que se identifica el total de la inversión de manera más detallada, se procede a especificar la depreciación de maquinaria y equipo, muebles de oficina, equipo de cómputo y equipos de oficina.

- **Equipo de computación**

**Tabla 26**

*Depreciación de equipo de computación*

<b>Equipo de computación</b>			
<b>Valor neto:</b>	1.225,00		
<b>%</b>			
<b>Depreciación:</b>	33%		
<b>Vida útil:</b>	3		
<b>Periodo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación acumulada</b>	<b>Valor contable</b>
1	\$408,33	\$408,33	\$816,67
2	\$408,33	\$816,67	\$408,33
3	\$408,33	\$1.225,00	\$0,00

- **Equipo de oficina**

**Tabla 27**

*Depreciación de equipo de oficina*

<b>Equipo de oficina</b>			
<b>Valor neto:</b>	\$540,00		
<b>%</b>			
<b>Depreciación:</b>	10%		
<b>Vida útil:</b>	10		
<b>Periodo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación acumulada</b>	<b>Valor contable</b>
1	\$54,00	\$54,00	\$486,00
2	\$54,00	\$108,00	\$432,00
3	\$54,00	\$162,00	\$378,00
4	\$54,00	\$216,00	\$324,00
5	\$54,00	\$270,00	\$270,00
6	\$54,00	\$324,00	\$216,00
7	\$54,00	\$378,00	\$162,00
8	\$54,00	\$432,00	\$108,00
9	\$54,00	\$486,00	\$54,00
10	\$54,00	\$540,00	\$0,00

- **Muebles y enseres**

**Tabla 28**

*Depreciación de muebles y enseres*

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Valor neto:</b>		\$5.037,92	
<b>%</b>			
<b>Depreciación:</b>		10%	
<b>Vida útil:</b>		10	
<b>Periodo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación acumulada</b>	<b>Valor contable</b>
1	\$503,79	\$503,79	\$4.534,13
2	\$503,79	\$1.007,58	\$4.030,34
3	\$503,79	\$1.511,38	\$3.526,54
4	\$503,79	\$2.015,17	\$3.022,75
5	\$503,79	\$2.518,96	\$2.518,96
6	\$503,79	\$3.022,75	\$2.015,17
7	\$503,79	\$3.526,54	\$1.511,38
8	\$503,79	\$4.030,34	\$1.007,58
9	\$503,79	\$4.534,13	\$503,79
10	\$503,79	\$5.037,92	\$0,00

- **Maquinaria y equipo**

**Tabla 29**

*Depreciación de maquinaria y equipo*

<b>Maquinaria y equipo</b>			
<b>Valor neto:</b>		\$1.152,00	
<b>%</b>			
<b>Depreciación:</b>		10%	
<b>Vida útil:</b>		10	
<b>Periodo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación acumulada</b>	<b>Valor contable</b>
1	\$115,20	\$115,20	\$1.036,80
2	\$115,20	\$230,40	\$921,60
3	\$115,20	\$345,60	\$806,40
4	\$115,20	\$460,80	\$691,20
5	\$115,20	\$576,00	\$576,00
6	\$115,20	\$691,20	\$460,80
7	\$115,20	\$806,40	\$345,60
8	\$115,20	\$921,60	\$230,40

9	\$115,20	\$1.036,80	\$115,20
10	\$115,20	\$1.152,00	\$0,00

#### 4.1.2 Activos diferidos

Los activos diferidos o intangibles que se requieren para que el centro de estética y peluquería Santa Cecilia pueda cumplir los aspectos legales para funcionar son la patente municipal, permisos de funcionamiento, permiso de bomberos y los documentos de constitución de compañía, obteniendo un total de \$450,00 en inversión.

**Tabla 30**

##### *Gastos legales*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Constitución de la empresa	\$300,00
Permisos legales	\$150,00
<b>Total</b>	<b>\$450,00</b>

Adicional a los gastos de constitución y los permisos legales, se ha considerado como activos diferidos a los gastos a realizar por adecuaciones en el espacio y local donde se brindarán los diferentes servicios.

**Tabla 31**

##### *Adecuaciones*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Pintura y otros	\$100,00
Cambio de puerta	\$350,00
Reparaciones en el techo	\$50,00
<b>Total</b>	<b>\$500,00</b>

El valor total de activos diferidos o más conocidos como intangibles rondaría entre los \$950,00, como se especifica en la siguiente tabla.

**Tabla 32***Inversión total en activos diferidos*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Gastos legales	\$450,00
Adecuaciones	\$500,00
<b>Total</b>	<b>\$950,00</b>

**4.1.2.1 Amortización de activos diferidos**

La amortización se refiere al proceso de distribuir el costo de un activo intangible a lo largo de su vida útil, siendo este utilizado en el curso de la operación del negocio. La amortización se realiza mediante la asignación de una parte del costo, en este caso el 20%, del activo a cada período contable durante su vida útil, es decir 5 años.

**Tabla 33***Amortización de gastos legales*

<b>Gastos legales</b>			
<b>Valor neto:</b>	450,00		
<b>%</b>			
<b>Amortización:</b>	20%		
<b>Periodo</b>	<b>Amortización anual</b>	<b>Amortización acumulada</b>	<b>Valor contable</b>
1	\$90,00	\$90,00	\$360,00
2	\$90,00	\$180,00	\$270,00
3	\$90,00	\$270,00	\$180,00
4	\$90,00	\$360,00	\$90,00
5	\$90,00	\$450,00	\$0,00

**Tabla 34***Amortización de adecuaciones*

<b>Adecuaciones</b>			
<b>Valor neto:</b>	500,00		
<b>%</b>			
<b>Amortización:</b>	20%		
<b>Periodo</b>	<b>Amortización anual</b>	<b>Amortización acumulada</b>	<b>Valor contable</b>

1	\$100,00	\$100,00	\$400,00
2	\$100,00	\$200,00	\$300,00
3	\$100,00	\$300,00	\$200,00
4	\$100,00	\$400,00	\$100,00
5	\$100,00	\$500,00	\$0,00

### 4.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo se refiere al dinero y los recursos que una empresa utiliza para financiar sus operaciones diarias y mantener su negocio en funcionamiento. El capital de trabajo se utilizará para financiar la materia prima, mano de obra directa, insumos de trabajo, gastos administrativos y gastos de ventas por un periodo de 1 mes desde la apertura del negocio.

**Tabla 35**

*Capital de trabajo para el salón de belleza*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Materia prima e insumos	\$1.277,49
Mano de obra directa	\$1.090,61
Implementos de trabajo	\$153,85
Gastos de administración	
- Sueldos y salarios	\$2.061,73
- Servicios básicos	\$118,00
- Mantenimiento de maquinaria	\$11,52
Gastos de ventas	
- Publicidad	\$110,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.823,20</b>

#### 4.1.3.1 Materia prima e insumos

Para la ejecución de los diferentes servicios que ofrecerá el centro de estética, es necesario mantener un stock inicial en cuanto a los productos y cosméticos a utilizar, sobre todo en los servicios de tintes o colorimetría, manicure, pedicure y maquillaje. Es importante recalcar también que existen otros servicios, tal como el corte de cabello, que no necesariamente incurren en el uso de materia prima ya que simplemente se utiliza maquinas o herramientas para realizarlos, por lo que en las siguientes tablas se observan

compras en tintes de cabello, esmaltes para uñas, productos para maquillaje y productos para peinados y tratamientos en el cabello.

**Tabla 36**

*Tintes y productos para servicios de colorimetría*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Tinte negro duo colorcrem 64 ml	5	\$4,46	\$22,30
Tinte negro har color 50 g	3	\$4,99	\$14,97
Tinte borgona har color 50 g	3	\$4,99	\$14,97
Tinte castano borgona coquette 50 ml	2	\$2,69	\$5,38
Tinte rubio cenizo har color 50 g	3	\$4,99	\$14,97
Tinte har negro azulado color 50 g	2	\$4,99	\$9,98
Tinte rojo rubi har color 50 g	3	\$4,99	\$14,97
Tinte rubio claro cenizo har color 50 g	4	\$4,99	\$19,96
Tinte rubio claro har color 50 g	3	\$4,99	\$14,97
Tinte castaño mediano har color 50 g	4	\$4,99	\$19,96
Tinte castaño claro l'oreal paris imedia excellence 45 g	3	\$6,99	\$20,97
Tinte rubio claro cenizo l'oreal paris imedia excellence 45	2	\$6,99	\$13,98
Tinte chocolate caramelo l'oreal paris imedia excellence 45	4	\$7,13	\$28,52
Tinte rubio cenizo profundo l'oreal paris imedia excellence	2	\$6,99	\$13,98
Tinte castaño claro har color 50 g	2	\$4,99	\$9,98
Tinte rubio oscuro har color 50 g	2	\$4,99	\$9,98
Decolorante 50gr	7	\$3,99	\$27,93
Echos line carbón polvo de decolorante 500gr	1	\$24,99	\$24,99
Shampoo matizante regener 500 ml	2	\$11,55	\$23,10
Color up 150ml Echos line	1	\$13,00	\$13,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$338,86</b>

**Tabla 37**

*Esmaltes y productos para manicure / pedicure*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Monómero Master Nails 16 Oz	1	\$28,00	\$28,00
Pincel 3D Kolinsky Artistic Mia Secret - Número 4	2	\$19,99	\$39,98
Pincel De Silicona Mia Secret Gel - No. 6	1	\$12,00	\$12,00
Polvo Acrílico Cover Baby Pink Mia Secret - 4 Oz	2	\$22,00	\$44,00
Glass Finish Mia Secret - 0.5 Oz	1	\$13,70	\$13,70
UV FINISH GEL ULTRA SHINE 1/2oz	1	\$13,50	\$13,50

Esmalte Dipping Gel Mia Secret - 15ml	1	\$1,99	\$1,99
Masglo Gel Evolution Esmalte Gitana	1	\$2,99	\$2,99
Esmalte De Uñas Iconails Gel Lacquer 10.5 MI Catrice	1	\$2,51	\$2,51
Masglo Gel Esmalte Campeona	1	\$3,00	\$3,00
Masglo Gel Esmalte Vanguardista morado	1	\$3,00	\$3,00
Esmalte Lasting Pro Samy #257 Sacrame 14.5 ml	1	\$2,99	\$2,99
Masglo Gel Esmalte Coqueta rosa	1	\$2,99	\$2,99
Masglo Gel Esmalte Rockera lila	2	\$2,99	\$5,98
Masglo Gel Esmalte Chic fuxia	1	\$2,99	\$2,99
Masglo Gel Esmalte Visionaria gris	1	\$2,99	\$2,99
Esmalte de Uñas Efecto Gel Vogue Paz 14 MI	1	\$2,49	\$2,49
Esmalte de Uñas Fantastic Vogue Cielo Rosa	1	\$2,49	\$2,49
Esmalte Lasting Pro Samy Brillo 14.5 ml	1	\$3,75	\$3,75
Esmalte Gel It Samy 14.5	1	\$3,75	\$3,75
Esmalte De Uñas More Than Nude Catrice	1	\$3,25	\$3,25
Esmalte De Uñas Masglo Brillo Con Particulas Coral	1	\$2,49	\$2,49
Esmalte De Uñas Masglo Brillo En 13 MI Frasco	1	\$2,49	\$2,49
Esmalte De Uñas Masglo primera dama 13.5 ml	2	\$2,49	\$4,98
Esmalte de Uñas Efecto Gel Vogue Voluntad 14 ml	1	\$2,49	\$2,49
Esmalte de Uñas Fantastic Vogue Onix 44 Larga	1	\$2,49	\$2,49
Masglo Gel Esmalte Fufurufa salmon	1	\$2,50	\$2,50
Esmalte de Uñas Fantastic Vogue Rojo Rubi 62	2	\$1,99	\$3,98
Esmalte de Uñas Efecto Gel Vogue Actitud 14 ml	1	\$3,00	\$3,00
Acetona Pura Mia Secret - 4 Oz	1	\$8,99	\$8,99
Removedor De Callos Mia Secret - 8oz.	1	\$8,50	\$8,50
Aceite Hidratante Para Cutícula Mia Secret - 1oz	1	\$6,50	\$6,50
Líquido Removedor De Uñas Mia Secret - 8 Oz	2	\$15,49	\$30,98
<b>TOTAL</b>			<b>\$277,73</b>

**Tabla 38**

*Productos para maquillaje*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Labial en Barra Mate Milani 440 Matte Passion	1	\$12,99	\$12,99
Labial en Barra Mate Milani 320 Matte Petal	1	\$12,99	\$12,99
Labial líquido Glossy Tint L.A. Girl #710 Fabulous	1	\$8,15	\$8,15
Labial Líquido Glossy Tint L.A. Girl #702 Divine	1	\$7,80	\$7,80
Labial en Barra Aia Natural Cosmetics Gratitude	1	\$8,50	\$8,50
Labial en Barra Aia Natural Cosmetics Self-Esteem	1	\$8,50	\$8,50
Labial en Barra Aia Natural Cosmetics Serene	1	\$11,45	\$11,45

Bálsamo en Barra para Labios Aia Natural Cosmetics	1	\$12,00	\$12,00
Máscara de pestañas Kiss Super Length Black Waterproof	1	\$9,50	\$9,50
Delineador en Gel para Ojos Skinny L.A. Girl Silky Black	2	\$9,25	\$18,50
Máscara Plush Lash L.A. Girl Blackest Black	1	\$8,26	\$8,26
Delineador en Gel para Cejas Medium Brown Palladio 4 gr	2	\$6,50	\$13,00
Lápiz de Ceja con Cepillo Brow Bestie L.A. Girl Deep Brown	2	\$3,50	\$7,00
Lápiz de Ceja con Cepillo Brow Bestie L.A. Girl Soft Brown	1	\$3,50	\$3,50
Lápiz de Ceja con Cepillo Brow Bestie L.A. Girl Warm Auburn	1	\$3,50	\$3,50
Dior Forever Skin Correct 4N	1	\$25,00	\$25,00
Rubor en Barra para Labios y Mejillas Palladio Peach	1	\$7,45	\$7,45
Paleta de Sombras para Ojos Palladio Gold Digger X4	1	\$8,25	\$8,25
Polvo Compacto Romance Astra Rose	2	\$14,00	\$28,00
Polvo Compacto Maybelline NY Mate y Sin Poros Sun Beige	1	\$7,58	\$7,58
Base Líquida Maybelline NY Matte & Poreless Light Beige #118	1	\$8,00	\$8,00
Primer Plus+ Illuminating Skin Perfector Gosh	1	\$11,25	\$11,25
Primer Velvet Touch Gosh	1	\$8,75	\$8,75
Primer Plus+ Pore & Wrinkle Minimizer Gosh Filler	1	\$11,25	\$11,25
Paleta de Sombra Vegana Providencia Samy 35 Tonos	1	\$28,75	\$28,75
Set de Brochas Profesionales Liut X6	1	\$15,00	\$15,00
Set de Brochas Profesionales Liut x16	1	\$22,50	\$22,50
Spray Fijador Mate para Maquillaje Kiss 100 ml	2	\$14,19	\$28,38
Paleta de Sombras Deborah Sunrise #01	1	\$14,75	\$14,75
Paleta de Sombras Deborah Daylight #02	1	\$14,75	\$14,75
Set para cejas Dual Ended L.A. Girl Soft Brown	1	\$5,50	\$5,50
Glitter para ojos L.A. Girl Dorado	1	\$7,99	\$7,99
Paleta compacta para ojos y rostro Samy	1	\$15,00	\$15,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$413,79</b>

**Tabla 39**

*Productos para peinados y tratamientos en el cabello*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Spray curls & waves salon in	3	\$7,88	\$23,64
Tratamiento ultra active keratin salon in 500 ml	2	\$11,00	\$22,00
Shampoo Liss control salon in 1000 ml	6	\$11,00	\$66,00
Acondicionador keratin hair salon in 1000ml	6	\$7,62	\$45,72
Acondicionador curls & waves salon in	2	\$4,18	\$8,36
Crema esponjosa matte & messy salon in 150 g	2	\$8,62	\$17,24
Pasta de peinar sculpting & styling salon in 200 ml	2	\$5,44	\$10,88
Cera texture & density salon in 70 g	2	\$8,62	\$17,24

Spray hair gloss salon in 280 ml	2	\$7,43	\$14,86
Silicona en spray illuminator salon in 250 ml	1	\$7,01	\$7,01
Laca extra hold hair salon in 280 ml	1	\$6,73	\$6,73
Gel mega hold salon in 400 g	1	\$7,43	\$7,43
<b>TOTAL</b>			<b>\$247,11</b>

En este caso, se establece el periodo de duración de stock para el inventario de los productos de los diferentes servicios a ofrecer hacia los 2 meses, ya que posteriormente el negocio debe producir el suficiente flujo de efectivo para auto solventar sus costos en los periodos futuros, por lo que la inversión para materia prima e insumos asciende a un valor de USD \$1277,49.

#### **Tabla 40**

##### *Inversión en materia prima e insumos*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Tintes y productos para servicios de colorimetría	\$338,86
Esmaltes y productos para manicure / pedicure	\$277,73
Productos para maquillaje	\$413,79
Productos para peinados y tratamientos en el cabello	\$247,11
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.277,49</b>

#### **4.1.3.2 Mano de obra directa**

La mano de obra directa se refiere a los costos asociados con los trabajadores que están directamente involucrados en la producción de un bien o servicio. Esto incluye al personal que realiza tareas específicas en la producción o ejecución de un determinado servicio, tal como lo es para el centro de estética y peluquería. En este caso, se considera como mano de obra directa a dos estilistas y un jefe de estilistas, que son las personas quienes realizan los servicios de belleza. Es importante considerar que para el segundo año se debe agregar un valor al salario total de los mismos por concepto de reserva legal.

**Tabla 41***Salarios mano de obra directa*

#	Cargo	Salario unificado	Beneficios sociales			Total mensual	Total anual
			Décimo cuarto	Décimo tercero	Aporte patronal IEES		
1	Jefe de estilistas	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$50,18	\$575,18	\$6.902,10
2	Estilista	\$400,00	\$37,50	\$33,33	\$44,60	\$515,43	\$6.185,20
<b>Total</b>						<b>\$1.090,61</b>	<b>\$13.087,30</b>

**Tabla 42***Salarios mano de obra directa para el segundo año*

#	Cargo	Salario unificado	Beneficios sociales				Total mensual	Total anual
			Décimo cuarto	Décimo tercero	Aporte patronal IEES	Fondo de reserva		
1	Jefe de estilistas	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$50,18	\$37,49	\$612,66	\$7.351,92
2	Estilista	\$400,00	\$37,50	\$33,33	\$44,60	\$33,32	\$548,75	\$6.585,04
<b>Total</b>						<b>\$1.161,41</b>	<b>\$13.936,96</b>	

**4.1.3.3 Implementos de trabajo**

Son necesarios algunos implementos para el correcto desempeño del trabajo o ejecución de los determinados servicios, pero también se posee una utilidad en la protección y seguridad hacia los trabajadores, ya que al laborar en un salón de belleza se está en constante contacto con químicos, fuertes sonidos y objetos cortopunzantes.

**Tabla 43***Implementos de trabajo necesarios para salón de belleza*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Uniforme anti fluidos moderno	3	\$28,00	\$84,00
Guantes desechables de nitrilo Wostar 100 uni.	1	\$20,65	\$20,65
Gafas de protección visual	3	\$3,50	\$10,50
Protector de espuma tipo tapón 50 pares	1	\$23,70	\$23,70
Mascarillas KN 95 100 uni.	1	\$15,00	\$15,00
<b>Total</b>			<b>\$153,85</b>

**4.1.3.4 Gastos de administración**

Para un centro de estética y belleza son necesarios algunos gastos administrativos, tal como lo es el sueldo y salario del personal administrativo, gastos en servicios básicos, arriendo de local, y mantenimiento maquinaria.

**- Sueldos y salarios administrativos**

El recurso humano administrativo se refiere a los trabajadores que no están directamente involucrados en la producción o ejecución del servicio, pero que son necesarios para mantener la empresa en funcionamiento, siendo en este caso el gerente general, contador, cajero/recepcionista y encargado de marketing, los miembros administrativos necesarios para el centro de estética y peluquería Santa Cecilia. Es importante considerar que para el segundo año se debe agregar un valor al salario total de los mismos por concepto de reserva legal.

**Tabla 44***Salario del personal administrativo*

#	Cargo	Salario unificado	Beneficios sociales			Total mensual	Total anual
			Décimo cuarto	Décimo tercero	Aporte patronal IEES		
1	Gerente General	\$600,00	\$37,50	\$50,00	\$66,90	\$754,40	\$9.052,80
2	Contador	\$300,00	\$37,50	\$25,00	\$33,45	\$395,95	\$4.751,40

3	Cajero/repcionista	\$400,00	\$37,50	\$33,33	\$44,60	\$515,43	\$6.185,20
4	Encargado de marketing	\$300,00	\$37,50	\$25,00	\$33,45	\$395,95	\$4.751,40
<b>Total</b>						<b>\$2.061,73</b>	<b>\$24.740,80</b>

**Tabla 45**

*Salario del personal administrativo a partir segundo año*

#	Cargo	Salario unificado	Beneficios sociales				Total mensual	Total anual
			Décimo cuarto	Décimo tercero	Aporte patronal IEES	Reserva legal		
1	Gerente General	\$600,00	\$37,50	\$50,00	\$66,90	\$49,98	\$804,38	\$9.652,56
2	Contador	\$300,00	\$37,50	\$25,00	\$33,45	\$24,99	\$420,94	\$5.051,28
3	Cajero/repcionista	\$400,00	\$37,50	\$33,33	\$44,60	\$33,32	\$548,75	\$6.585,04
4	Encargado de marketing	\$300,00	\$37,50	\$25,00	\$33,45	\$24,99	\$420,94	\$5.051,28
<b>Total</b>						<b>\$2.195,01</b>	<b>\$26.340,16</b>	

**- Servicios básicos**

Se establecen como servicios básicos la luz, el agua, internet y servicios telefónicos, los cuales han sido calculados en base a una indagación de valores promedio a pagar en diferentes salones de belleza. En cuanto a los gastos en servicios básicos para el área administrativa, se considerarán los valores de internet y teléfono.

**Tabla 46**

*Servicios básicos para un salón de belleza*

Descripción	Gasto mensual	Gasto anual
Luz	\$45,00	\$540,00
Agua	\$20,00	\$240,00
Internet	\$28,00	\$336,00
Teléfono	\$25,00	\$300,00
<b>Total</b>	<b>\$118,00</b>	<b>\$1.416,00</b>

**- Arriendo del local**

Debido a la localización específica, analizada en el anterior capítulo, que se ha seleccionado para la creación del centro de estética y belleza Santa Cecilia, los gastos por arriendo serán cero, ya que el establecimiento en el que se desea ubicar es propiedad del creador de esta idea de negocio, además de que no incurre en costos de oportunidad al ser este espacio de igual manera destinado para brindar servicios de belleza, pero para el centro de formación artesanal Santa Cecilia.

- **Mantenimiento de maquinaria**

En cuanto a la inversión en maquinaria, se puede observar que ronda entre los \$1.152,00, pero no se ha considerado temas de daños en los mismos por diferentes circunstancias, por lo que se tenga que recurrir a diversos mantenimientos y revisiones; de esta manera, se toma un 12% del valor total anualmente para cubrir estos gastos.

**Tabla 47**

*Mantenimiento de maquinaria para un salón de belleza*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión en maquinaria</b>	<b>% de mantenimiento</b>	<b>Gasto anual</b>	<b>Gasto mensual</b>
Mantenimiento de maquinaria	\$1.152,00	12%	\$138,24	\$11,52

**4.1.3.5 Gasto de ventas**

Es necesario definir algunos gastos en los que se incurre para difundir el servicio que brinda este centro de estética para así lograr posicionamiento en el mercado y aumento de ventas, como por ejemplo el pautaaje en redes sociales, flyers, publicidad por radio. Posterior al primer año, solo se utilizará el 50% del presupuesto inicial para gastos de ventas para continuar estableciendo y acrecentando el negocio en el mercado, incluyendo de igual manera la inflación en los valores.

**Tabla 48***Gastos de publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gasto unitario</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Pautaje en redes sociales mensual	5	\$7,00	\$35,00	\$420,00
Flyers o volantes publicitarios mensuales	500	\$0,10	\$50,00	\$600,00
Publicidad en radio mensual	1	\$25,00	\$25,00	\$300,00
<b>Total</b>			<b>\$110,00</b>	<b>\$1.320,00</b>

**4.2 Presupuesto de costos y gastos**

El presupuesto de costos y gastos es un plan financiero que establece las expectativas de una empresa en cuanto a los gastos necesarios para operar su negocio y lograr sus objetivos durante un período de tiempo determinado, en este caso se realizará la proyección para 8 años. Este presupuesto se basa en proyecciones y estimaciones de los costos de producción y gastos de operación necesarios para realizar y vender los servicios del centro de estética Santa Cecilia.

El presupuesto de costos incluye las erogaciones de dinero directas e indirectas asociadas con la ejecución de servicios, tal como los costos de materia prima e insumos, la mano de obra directa y los costos indirectos. Para efectos del cálculo de materia prima y enseres es necesario tomar en cuenta los datos del INEC en base a la inflación en Cuenca para el año 2022, la cual fue de 3,44%.

Por otro lado, el presupuesto de gastos se refiere al desembolso de dinero necesario para la gestión y el funcionamiento diario del negocio, como los gastos de administración y los gastos de ventas. Para efectos de este cálculo también se toman los datos del INEC referentes a la inflación en Cuenca.

**Tabla 49***Presupuesto de costos y gastos*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>
Inflación	3,44%							
Materia prima e insumos	\$1.277,49	\$1.321,44	\$1.366,89	\$1.413,91	\$1.462,55	\$1.512,86	\$1.564,91	\$1.618,74
Mano de obra directa	\$13.087,30	\$14.416,39	\$14.912,32	\$15.425,30	\$15.955,93	\$16.504,81	\$17.072,58	\$17.659,88

Costos indirectos de fabricación								
Servicios básicos								
Luz	\$540,00	\$558,58	\$577,79	\$597,67	\$618,23	\$639,49	\$661,49	\$684,25
Agua	\$240,00	\$248,26	\$256,80	\$265,63	\$274,77	\$284,22	\$294,00	\$304,11
Implementos de trabajo	\$153,85	\$159,14	\$164,62	\$170,28	\$176,14	\$182,20	\$188,46	\$194,95
Mantenimiento de maquinaria	\$138,24	\$143,00	\$147,91	\$153,00	\$158,27	\$163,71	\$169,34	\$175,17
Depreciación de maquinaria y equipo	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$15.552,08</b>	<b>\$16.962,00</b>	<b>\$17.541,52</b>	<b>\$18.140,99</b>	<b>\$18.761,08</b>	<b>\$19.402,49</b>	<b>\$20.065,98</b>	<b>\$20.752,29</b>
Sueldos y salarios administrativos								
	\$24.740,80	\$27.246,26	\$28.183,53	\$29.153,05	\$30.155,91	\$31.193,27	\$32.266,32	\$33.376,28
Servicios básicos								
Internet	\$336,00	\$347,56	\$359,51	\$371,88	\$384,67	\$397,91	\$411,60	\$425,75
Teléfono	\$300,00	\$310,32	\$321,00	\$332,04	\$343,46	\$355,27	\$367,50	\$380,14
Depreciación de equipo de computación	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación de equipo de oficina	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00
Depreciación de muebles y enseres	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79
Amortización de gastos legales	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortización de adecuaciones	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Gastos de administración</b>	<b>\$26.532,92</b>	<b>\$29.060,26</b>	<b>\$30.020,16</b>	<b>\$30.604,76</b>	<b>\$31.631,83</b>	<b>\$32.504,25</b>	<b>\$33.603,20</b>	<b>\$34.739,97</b>
Publicidad								
	\$1.320,00	\$682,70	\$706,19	\$730,48	\$755,61	\$781,60	\$808,49	\$836,30
<b>Gastos de ventas</b>	<b>\$1.320,00</b>	<b>\$682,70</b>	<b>\$706,19</b>	<b>\$730,48</b>	<b>\$755,61</b>	<b>\$781,60</b>	<b>\$808,49</b>	<b>\$836,30</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$27.852,92</b>	<b>\$29.742,96</b>	<b>\$30.726,35</b>	<b>\$31.335,24</b>	<b>\$32.387,45</b>	<b>\$33.285,85</b>	<b>\$34.411,69</b>	<b>\$35.576,27</b>
<b>TOTAL, COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,97</b>	<b>\$48.267,88</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,52</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,68</b>	<b>\$56.328,56</b>

## 4.3 Ingresos

Para determinar los ingresos del centro de estética y belleza Santa Cecilia es necesario tomar en cuenta la demanda del mercado determinada con anterioridad, en base a la cantidad de los diferentes servicios a brindar, y posteriormente realizar la proyección para los 8 años. Para el año 2023 se determinó una demanda de 4013 servicios, desglosados según la información levantada en la encuesta conforme se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 50***Servicios demandados para el año actual*

<b>Servicios</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Servicios anuales</b>
Procedimientos en el cabello	8	55	218	2618
Manicure	2	11	45	542
Pedicure	1	8	34	403
Maquillaje	1	9	37	449
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>84</b>	<b>334</b>	<b>4013</b>

En primera instancia es importante esclarecer los precios de los diferentes procedimientos del cabello, tal como lo son los cortes de cabello, tintes y peinados tanto para hombre como para mujer, y de esta manera obtener un precio promedio para este tipo de servicios.

**Tabla 51***Precio para procedimientos de cabello*

<b>Procedimientos en el cabello</b>	<b>Precio</b>
Corte de cabello hombre	\$6,00
Corte de cabello mujer	\$10,00
Tintes	\$30,00
Peinados	\$10,00
<b>Promedio</b>	<b>\$14,00</b>

La determinación del precio para los servicios es un factor indispensable, por lo que se analizó las propuestas que la competencia oferta al mercado, el target al que se dirige el salón de belleza y las apreciaciones de los encuestados en base a los gastos promedio que realizan cada vez que visitan un salón de belleza, para de esta manera establecer los precios para cada servicio a brindar. Para la proyección de los ingresos se toma en cuenta también la inflación anual en la que incurre el cantón para el aumento de precios.

**Tabla 52***Proyección de ingresos año 2023*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2618	\$ 14,00	\$ 36.652,00
Manicure	542	\$ 10,00	\$ 5.420,00
Pedicure	403	\$ 8,00	\$ 3.224,00
Maquillaje	449	\$ 15,00	\$ 6.735,00
<b>TOTAL</b>	<b>4013</b>		<b>\$ 52.031,00</b>

**Tabla 53***Proyección de ingresos año 2024*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2674	\$ 14,48	\$ 38.723,80
Manicure	554	\$ 10,34	\$ 5.730,58
Pedicure	411	\$ 8,28	\$ 3.401,11
Maquillaje	459	\$ 15,52	\$ 7.121,84
<b>TOTAL</b>	<b>4098</b>		<b>\$ 54.977,33</b>

**Tabla 54***Proyección de ingresos año 2025*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2732	\$ 14,98	\$ 40.924,72
Manicure	565	\$ 10,70	\$ 6.045,41
Pedicure	420	\$ 8,56	\$ 3.595,14
Maquillaje	469	\$ 16,05	\$ 7.527,33
<b>TOTAL</b>	<b>4186</b>		<b>\$ 58.092,61</b>

**Tabla 55***Proyección de ingresos año 2026*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2790	\$ 15,50	\$ 43.231,25
Manicure	578	\$ 11,07	\$ 6.397,25
Pedicure	429	\$ 8,85	\$ 3.798,51
Maquillaje	479	\$ 16,60	\$ 7.952,29
<b>TOTAL</b>	<b>4276</b>		<b>\$ 61.379,30</b>

**Tabla 56***Proyección de ingresos año 2027*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2850	\$ 16,03	\$ 45.680,09
Manicure	590	\$ 11,45	\$ 6.754,70
Pedicure	438	\$ 9,16	\$ 4.011,60
Maquillaje	489	\$ 17,17	\$ 8.397,58
<b>TOTAL</b>	<b>4367</b>		<b>\$ 64.843,97</b>

**Tabla 57***Proyección de ingresos año 2028*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2911	\$ 16,58	\$ 48.262,83
Manicure	603	\$ 11,84	\$ 7.141,01
Pedicure	448	\$ 9,47	\$ 4.244,34
Maquillaje	500	\$ 17,76	\$ 8.881,86
<b>TOTAL</b>	<b>4461</b>		<b>\$ 68.530,05</b>

**Tabla 58***Proyección de ingresos año 2029*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	2973	\$ 17,15	\$ 50.986,36
Manicure	615	\$ 12,25	\$ 7.533,66
Pedicure	457	\$ 9,80	\$ 4.478,55
Maquillaje	510	\$ 18,37	\$ 9.371,14
<b>TOTAL</b>	<b>4556</b>		<b>\$ 72.369,71</b>

**Tabla 59***Proyección de ingresos año 2030*

<b>Descripción</b>	<b>Servicios anuales</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos</b>
Procedimientos en el cabello	3036	\$ 17,74	\$ 53.857,90
Manicure	628	\$ 12,67	\$ 7.957,55
Pedicure	467	\$ 10,14	\$ 4.733,98

Maquillaje	521	\$	19,01	\$	9.902,58
<b>TOTAL</b>	4654			\$	<b>76.452,01</b>

A continuación, se identifican los ingresos anuales proyectados del centro de estética y peluquería Santa Cecilia hasta el año 2030.

**Tabla 60**

*Ingresos proyectados del salón*

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Procedimientos en el cabello	\$ 36.652,00	\$ 38.723,80	\$ 40.924,72	\$ 43.231,25	\$ 45.680,09	\$ 48.262,83	\$ 50.986,36	\$ 53.857,90
Manicure	\$ 5.420,00	\$ 5.730,58	\$ 6.045,41	\$ 6.397,25	\$ 6.754,70	\$ 7.141,01	\$ 7.533,66	\$ 7.957,55
Pedicure	\$ 3.224,00	\$ 3.401,11	\$ 3.595,14	\$ 3.798,51	\$ 4.011,60	\$ 4.244,34	\$ 4.478,55	\$ 4.733,98
Maquillaje	\$ 6.735,00	\$ 7.121,84	\$ 7.527,33	\$ 7.952,29	\$ 8.397,58	\$ 8.881,86	\$ 9.371,14	\$ 9.902,58
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 52.031,00</b>	<b>\$ 54.977,33</b>	<b>\$ 58.092,61</b>	<b>\$ 61.379,30</b>	<b>\$ 64.843,97</b>	<b>\$ 68.530,05</b>	<b>\$ 72.369,71</b>	<b>\$ 76.452,01</b>

#### 4.4 Flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta fundamental en finanzas para evaluar los movimientos de dinero en una empresa o proyecto durante un período específico. Su objetivo principal es analizar y controlar la actividad económica, brindando una visión clara de la liquidez y la capacidad de la entidad para cumplir con sus obligaciones financieras.

En primer lugar, se deben considerar las inversiones iniciales necesarias para empezar el negocio. A continuación, se estiman los ingresos de los diferentes servicios, basados en los precios proyectados y la inflación anual en el cantón Cuenca. Posteriormente, se determinan los egresos necesarios en costos de producción y gastos operativos, y se suman los valores de depreciación y amortización.

La *tabla 61* muestra el flujo de caja proyectado para los ocho años siguientes, lo que permite obtener el flujo de beneficios total. Este análisis proporciona una visión clara de cómo se espera que evolucione el flujo de efectivo en el tiempo, lo que es fundamental para la planificación y toma de decisiones financieras adecuadas.

**Tabla 61***Flujo de caja proyectado*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
		<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>
<b>Inversiones</b>									
Activos fijos	\$7.954,92								
Activos diferidos	\$950,00								
Capital de trabajo	\$4.823,20								
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>								
<b>Ingresos</b>									
Ventas		\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>
<b>Egresos</b>									
Costos de producción		\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29
Costos de operación		\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27
<b>Total de egresos</b>		<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>
Utilidad antes de impuestos		\$8.626,00	\$8.272,37	\$9.824,74	\$11.903,07	\$13.695,44	\$15.841,71	\$17.892,04	\$20.123,45
(-) 15% de trabajadores		\$1.293,90	\$1.240,85	\$1.473,71	\$1.785,46	\$2.054,32	\$2.376,26	\$2.683,81	\$3.018,52
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)		\$7.332,10	\$7.031,51	\$8.351,03	\$10.117,61	\$11.641,13	\$13.465,45	\$15.208,23	\$17.104,93
(-) 25% Impuesto a la renta		\$1.833,03	\$1.757,88	\$2.087,76	\$2.529,40	\$2.910,28	\$3.366,36	\$3.802,06	\$4.276,23
(=) <b>Utilidad Neta</b>		\$5.499,08	\$5.273,63	\$6.263,27	\$7.588,21	\$8.730,85	\$10.099,09	\$11.406,17	\$12.828,70
(+) Depreciación y amortización		\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>	<b>-\$13.728,12</b>	<b>\$6.770,40</b>	<b>\$6.544,95</b>	<b>\$7.534,59</b>	<b>\$8.859,53</b>	<b>\$10.002,17</b>	<b>\$11.370,41</b>	<b>\$12.677,49</b>	<b>\$14.100,02</b>

## 4.5 Financiamiento

Este proyecto plantea una inversión inicial de \$13.711,00, por lo que se propone un sistema de financiamiento en el que se cubre el 30% de la inversión con capital propio, y el 70% con capital externo, obtenido a través de un préstamo bancario con la entidad financiera Ban Ecuador. Los valores detallados se evidencian en la *tabla 62*.

**Tabla 62**

*Sistema de financiamiento*

<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
<b>Capital propio</b>		
Socio/propietario	30%	\$4.118,44
<b>Capital externo</b>		
Ban Ecuador	70%	\$9.609,68
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$13.728,12</b>

El valor financiado por esta institución es de \$9.610,00, representando el 70% de la inversión inicial; de esta manera, el costo del préstamo del dinero o también llamado tasa de interés es de 9,76% con un pago semestral para 4 años plazo, siendo este banco el que tiene la tasa de interés más bajo del mercado.

**Tabla 63**

*Financiamiento Ban Ecuador*

<b>BAN ECUADOR</b>	
Préstamo	\$9.610,00
Tasa de interés	9,76%
Plazo semestral	6
Años	4
Cuota	\$1.479,67

**Tabla 64***Amortización de la deuda*

<b>Periodo</b>	<b>Saldo inicial</b>	<b>Cuota fija</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo final</b>
					\$9.610,00
1	\$9.610,00	\$1.479,67	\$468,97	\$1.010,70	\$8.599,30
2	\$8.599,30	\$1.479,67	\$419,65	\$1.060,03	\$7.539,27
3	\$7.539,27	\$1.479,67	\$367,92	\$1.111,76	\$6.427,51
4	\$6.427,51	\$1.479,67	\$131,66	\$1.166,01	\$5.261,50
5	\$5.261,50	\$1.479,67	\$256,76	\$1.222,91	\$4.038,59
6	\$4.038,59	\$1.479,67	\$197,08	\$1.282,59	\$2.756,00
7	\$2.756,00	\$1.479,67	\$134,49	\$1.345,18	\$1.410,82
8	\$1.410,82	\$1.479,67	\$68,85	\$1.410,82	\$0,00

#### **4.6 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un concepto utilizado en la gestión financiera para determinar el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos de una organización, sin obtener ni pérdidas ni ganancias. En otras palabras, es el nivel de actividad o volumen de ventas en el cual los ingresos totales igualan los costos totales y, a partir de ese punto, cada servicio adicional vendido genera una ganancia.

Para calcular el punto de equilibrio, se deben considerar dos componentes principales: los costos fijos, que no varían con el nivel de producción o ventas, y los costos variables, que están directamente relacionados con estos elementos. Los costos fijos incluyen salarios del personal administrativo, servicios básicos, entre otros. Por otro lado, los costos variables están vinculados a las ventas o ejecución de servicios, como los materiales, materia prima y la mano de obra directa.

Es importante tener en cuenta los costos fijos, los variables y las ventas totales para calcular de manera precisa el punto de equilibrio, además comprender cuántos servicios o qué nivel de ventas se requieren para alcanzarlo. Esto proporciona una valiosa información para la toma de decisiones financieras y estratégicas para el centro de estética.

**Tabla 65***Costos fijos y variables*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Costos fijos</b>								
Depreciación de maquinaria y equipo	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20
Mantenimiento de maquinaria	\$138,24	\$143,00	\$147,91	\$153,00	\$158,27	\$163,71	\$169,34	\$175,17
Sueldos administrativos	\$24.740,80	\$27.246,26	\$28.183,53	\$29.153,05	\$30.155,91	\$31.193,27	\$32.266,32	\$33.376,28
Depreciación equipo de oficina	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00
Depreciación de muebles y enseres	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79	\$503,79
Depreciación equipo de computación	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$408,33	\$408,33
Internet	\$336,00	\$347,56	\$359,51	\$371,88	\$384,67	\$397,91	\$411,60	\$425,75
Publicidad	\$1.320,00	\$682,70	\$706,19	\$730,48	\$755,61	\$781,60	\$808,49	\$836,30
Amortización de gastos legales	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00
Amortización de adecuaciones	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
<b>Total de costos fijos</b>	<b>\$27.806,36</b>	<b>\$29.690,85</b>	<b>\$30.668,46</b>	<b>\$31.679,73</b>	<b>\$32.725,78</b>	<b>\$33.807,82</b>	<b>\$34.927,07</b>	<b>\$36.084,83</b>
<b>Costos variables</b>								
Mano de obra directa	\$13.087,30	\$14.416,39	\$14.912,32	\$15.425,30	\$15.955,93	\$16.504,81	\$17.072,58	\$17.659,88
Materia prima	\$1.277,49	\$1.321,44	\$1.366,89	\$1.413,91	\$1.462,55	\$1.512,86	\$1.564,91	\$1.618,74
Implementos de trabajo	\$153,85	\$159,14	\$164,62	\$170,28	\$176,14	\$182,20	\$188,46	\$194,95
Luz	\$540,00	\$558,58	\$577,79	\$597,67	\$618,23	\$639,49	\$661,49	\$684,25
Agua	\$240,00	\$248,26	\$256,80	\$265,63	\$274,77	\$284,22	\$294,00	\$304,11
Teléfono	\$300,00	\$310,32	\$321,00	\$332,04	\$343,46	\$355,27	\$367,50	\$380,14
<b>Total costos variables</b>	<b>\$15.598,64</b>	<b>\$17.014,13</b>	<b>\$17.599,40</b>	<b>\$18.204,82</b>	<b>\$18.831,07</b>	<b>\$19.478,86</b>	<b>\$20.148,94</b>	<b>\$20.842,06</b>

**Tabla 66**

*Punto de equilibrio para el año 2023*

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$27.806,36}{1 - \frac{\$15.598,64}{\$52.031,00}}$$

$$PE = \$39.771,74$$

En base a esta información, para que el centro de estética y peluquería Santa Cecilia pueda cubrir sus costos en el primer año debe generar un total de \$39.669,71 por concepto de ingresos.

#### 4.7 Valor actual neto

El VAN es una herramienta importante en la evaluación de proyectos de inversión, ya que considera el valor temporal del dinero y permite determinar la rentabilidad y viabilidad financiera de una inversión a través del análisis de los flujos de efectivo. Dependiendo del valor resultante del VAN, se toman diferentes acciones:

- Si el VAN es mayor que cero, indica que el proyecto genera beneficios netos, considerando la tasa de descuento exigida. En este caso, el proyecto se considera favorable y puede ser aceptado.
- Cuando el VAN es igual a cero, significa que el proyecto genera exactamente la tasa de rendimiento exigida por los inversionistas después de recuperar la inversión inicial. En este escenario, el proyecto se considera aceptable, pero no genera beneficios adicionales.
- Si el VAN es menor que cero, indica que el proyecto genera pérdidas netas, lo cual no cumple con los requisitos de rentabilidad esperados. En esta situación, se recomienda rechazar el proyecto.

En primeras instancias, se selecciona la tasa de descuento a partir del costo de capital promedio ponderado (CCPP), el cual toma en consideración al peso de la deuda multiplicado por su costo, más la multiplicación del peso del capital propio por la tasa que los inversionistas desean ganar.

La fórmula para el CCPP es:

$$CCPP = (Wd * Kd) + (Ws * Ks)$$

Donde:

- Wd: Porcentaje del peso de la deuda.
- Kd: Tasa de la deuda.
- Ws: Porcentaje del peso del capital propio.
- Ks: Tasa que los inversionistas desean ganar.

Primeramente, es importante transformar la tasa nominal o interés aplicado por la financiación obtenida a través del tipo de gravamen impositivo, para así obtener la tasa o costo de la deuda.

$$K_d = K_i (1-T)$$

$$K_d = 9.76\% (1-0.3625)$$

$$\mathbf{K_d = 6.22\%}$$

En la investigación realizada con respecto a la industria de la belleza y prestación de servicios se identifica una tasa promedio en el mercado de 15%, por lo que se establece la tasa que los inversionistas (Ks) desean en 17,5%.

$$CCPP = (70\% * 6,22\%) + (30\% * 17,5\%)$$

$$\mathbf{CCPP = 9,60\%}$$

**Tabla 67**

*Valor presente neto*

<b>Año</b>	<b>Flujo de beneficios</b>
0	-\$13.728,12
1	\$6.770,40
2	\$6.544,95
3	\$7.534,59
4	\$8.859,53
5	\$10.002,17
6	\$11.370,41
7	\$12.677,49
8	\$14.100,02
<b>Tasa de descuento</b>	9,60%
<b>VAN</b>	<b>\$36.091,64</b>

En este caso el VAN resultante es positivo, lo que significa que el proyecto genera un valor adicional para los inversionistas y se considera financieramente favorable.

#### **4.8 Tasa interna de retorno**

El siguiente método a utilizar será la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual un indicador financiero utilizado en la evaluación de proyectos de inversión. Se expresa como un porcentaje y representa la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto sea igual a cero. En general, cuanto mayor sea la TIR, mayor será la rentabilidad esperada del proyecto.

Al evaluar un proyecto utilizando la TIR, es importante considerar que el porcentaje de TIR debe ser mayor que el costo de oportunidad del inversionista. Esto garantiza que el proyecto genere un rendimiento superior al mínimo requerido por los inversionistas.

El resultado del VAN en relación a la TIR proporciona información adicional:

- Si el VAN es igual a cero, significa que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida. En este caso, el proyecto puede ser considerado aceptable, pero no ofrece beneficios adicionales.
- Si el VAN es positivo, indica que la TIR es mayor que la tasa de descuento. Esto significa que el proyecto genera ganancias superiores a las expectativas de los inversionistas y, por lo tanto, debe ser aceptado.
- Por último, si el VAN es negativo, indica que la TIR es menor que la tasa de descuento exigida. Esto implica que el proyecto no cumple con los criterios de rentabilidad requeridos y, en consecuencia, no se recomienda su aceptación.

**Tabla 68**

*Valor presente neto*

<b>Año</b>	<b>Flujo de beneficios</b>
0	-\$13.728,12
1	\$6.770,40
2	\$6.544,95
3	\$7.534,59
4	\$8.859,53
5	\$10.002,17
6	\$11.370,41
7	\$12.677,49
8	\$14.100,02
<b>Tasa de descuento</b>	9,60%
<b>TIR</b>	<b>55%</b>

**Tabla 69***Valor presente neto*

<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
55%	\$36.091,64

Posterior al análisis de estos indicadores financieros, se concluye que el proyecto es rentable, ya que el Valor Actual Neto (VAN) es positivo y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la tasa exigida por los inversionistas. Por lo tanto, se recomienda aceptar el proyecto.

#### 4.9 Periodo de recuperación de la inversión

El Periodo de Recuperación Descontado (PRD) es una técnica utilizada en la evaluación de proyectos de inversión, la cual se basa en determinar el tiempo necesario para que los flujos de efectivo descontados de un proyecto igualen o superen la inversión inicial. Este modelo aplica el concepto de valor temporal del dinero, por lo que toma en cuenta el valor actual de los flujos de efectivo futuros mediante el uso de una tasa de descuento.

**Tabla 70***Periodo de recuperación descontado*

<b>Año</b>	<b>Flujo de beneficios</b>	<b>Flujo descontado</b>	<b>Acumulado flujo descontado</b>
0	-\$13.728,12		-\$13.728,12
1	\$6.770,40	\$6.177,37	-\$7.550,75
2	\$6.544,95	\$5.448,61	-\$2.102,15
3	\$7.534,59	\$5.723,06	\$3.620,91
4	\$8.859,53	\$6.140,00	\$9.760,91
5	\$10.002,17	\$6.324,72	\$16.085,63
6	\$11.370,41	\$6.560,14	\$22.645,77
7	\$12.677,49	\$6.673,59	\$29.319,36
8	\$14.100,02	\$6.772,29	\$36.091,64
<b>Tasa de descuento</b>			9,60%
<b>PRD</b>			<b>2,37</b>
			0,37 * 12 = 4,4

Se concluye que el periodo de recuperación en base a los flujos de efectivo descontados es de 2 años y 4 meses.

#### **4.10 Análisis de riesgo**

El análisis de riesgo en el estudio de factibilidad para la creación del centro de estética y peluquería Santa Cecilia constituye un proceso esencial que permite identificar, evaluar y gestionar los posibles eventos o circunstancias que podrían tener un impacto positivo o negativo en el éxito de este proyecto. Este proceso implica el análisis exhaustivo de los riesgos inherentes a la industria de la belleza y la estética, así como los factores internos y externos que podrían influir en la viabilidad y rentabilidad del centro.

La identificación y clasificación de los riesgos potenciales es un componente clave del análisis de riesgo, donde se evalúa la probabilidad de ocurrencia y el impacto que podrían tener en el proyecto. Estos riesgos pueden variar en naturaleza, abarcando aspectos financieros, operativos, legales, tecnológicos y de mercado. Algunos ejemplos de riesgos comunes en este tipo de negocio incluyen una competencia intensa, cambios en las preferencias de los consumidores, regulaciones gubernamentales, fluctuaciones en los costos de productos cosméticos y la escasez de personal cualificado.

##### **4.10.1 Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad es un método utilizado para evaluar el riesgo en proyectos. Consiste en realizar cálculos de rendimiento en diferentes escenarios, incluyendo uno pesimista, uno probable y uno optimista.

En este análisis se seleccionan variables clave que pueden experimentar cambios durante la vida útil del proyecto, tal como las inversiones, las ventas y los costos de ventas. Se considera una variación de +/- 10% en estos valores para evaluar el riesgo.

Mediante el análisis de sensibilidad, se busca comprender cómo estos cambios en las variables clave afectarían el rendimiento del proyecto. Esto proporciona una visión más completa del riesgo asociado al proyecto y permite tomar decisiones más informadas.

#### **Tabla 71**

*Análisis de sensibilidad*

<b>Indicadores</b>	<b>Escenarios</b>		
<b>Inversión</b>	<b>Pesimista (+10%)</b>	<b>Normal</b>	<b>Optimista (-10%)</b>
VAN	\$29.875,36	\$36.091,64	\$32.620,99
TIR	50%	55%	60%
<b>Ventas</b>	<b>Pesimista (-10%)</b>	<b>Normal</b>	<b>Optimista (+10%)</b>
VAN	\$11.813,71	\$36.091,64	\$50.682,64
TIR	29%	55%	79%
<b>Costo de ventas</b>	<b>Pesimista (+10%)</b>	<b>Normal</b>	<b>Optimista (-10%)</b>
VAN	\$15.681,56	\$36.091,64	\$46.814,79
TIR	34%	55%	75%

Posterior al análisis de los escenarios pesimista, normal y optimista en base a las variaciones de +/- 10% para los factores de inversión, ventas y costo, se pudo determinar que el proyecto no incurre en mayores riesgos ya que al plantear los diferentes escenarios en los que se puede encontrar el negocio siempre se obtuvo resultados positivos y beneficiosos para el centro de estética y peluquería Santa Cecilia.

## Conclusiones

- En primer lugar, se realizó el respectivo marco teórico o de referencia para el desarrollo de un estudio de factibilidad, en el cual se encontraron diferentes conceptos, herramientas y procesos necesarios para la ejecución de los distintos estudios que involucra definir la viabilidad de un proyecto, tal como son el estudio de mercado, el estudio técnico/operativo y finalmente el estudio financiero.
- El segmento de mercado al que se enfoca el proyecto son hombres y mujeres entre 15 y 50 años de edad, con un nivel socio económico medio alto y con una zona habitacional cercana a la parroquia San Sebastián.
- En el estudio de mercado se analizaron todas las variables que intervienen en la funcionalidad de un negocio en referencia a clientes y competencia por medio de una investigación cuantitativa. Del total de encuestas, se obtuvieron 180 válidas y funcionales, en las que los encuestados pudieron exponer que más del 45% se encuentran fidelizados a una empresa que oferta servicios similares, pero que aun así existe un 90,45% de aceptación frente a la apertura de este nuevo centro de estético, además comentaron sus preferencias frente una excelente atención al cliente, mantener precios accesibles en los servicios y un buen aspecto del local.
- Se determinó una demanda a cubrir de 4.013 servicios a clientes para el presente año, tomando como referencia que se desea una participación del 1% del total de servicios que demanda el mercado, además de poseer una oferta general de servicios de belleza a 40.040 personas.
- En el estudio técnico/operativo se determinó el lugar más beneficioso para el establecimiento del centro de estética y peluquería, además se definió todo lo que abarca la maquinaria para servicios de belleza, mueblería y enseres del negocio, hasta llegar a determinar el sistema organizativo/ funcional con el organigrama y manual de funciones de los empleados, considerando el marco normativo legal para el funcionamiento de la empresa.
- Finalmente, el estudio económico/ financiero establece la rentabilidad del negocio por medio de indicadores como un VAN de \$36.091,64 y una TIR de 55%, obtenidas posterior al cálculo minucioso de los activos requeridos para la inversión inicial y los ingresos y egresos proyectados hasta el año 2030, considerando en todo momento la tasa de inflación que posee el mercado cuencano.

## Recomendaciones

En favor de mejorar la perspectiva del negocio se poseen las siguientes recomendaciones:

- Posterior a todos los estudios realizados, se recomienda la ejecución del proyecto ya que este puede generar beneficios futuros que permitan cubrir la inversión empleada y convertirse en un negocio muy rentable.
- Es necesario considerar la actualización constante en las estrategias de marketing y venta para mantenerse llamativos para el mercado, ya que, aunque se han planteado algunas inversiones publicitarias, es importante diferenciarse e innovar para crecer el negocio.
- Mantener relaciones y alianzas con las empresas proveedoras de la materia prima o cosméticos para la ejecución de los distintos servicios, ya que es necesario obtener los mejores precios posibles para acrecentar la utilidad a ganar.
- Mantener la calidad del servicio en los mayores estándares y la atención al cliente con la relación más cercana posible, ya que esto permitirá fidelizar a los clientes y diferenciarse de la competencia.

## Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2014). Guía de Requisitos que se requieren para la Obtención del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-paraobtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf>
- Aguilera Díaz, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofín Habana*, 11(2), 322-343. Extraído de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612017000200022&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612017000200022&script=sci_arttext&tlng=en)
- Almaguer, D. R., Marrero, A. S. V., & Rodríguez, Y. D. (2009). Etapas del análisis de factibilidad. *Compendio bibliográfico. Contribuciones a la Economía*, (2009-03). extraído de <http://www.eumed.net/ce/2009a/>
- Andrade Pinelo, A. M. (2021). Aplicación del índice de rentabilidad (IR) y el período de recuperación de la inversión (PRI). Extraído de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/609207/Art%C3%ADculo+2%C2%B0+Agosto+2011+Aplicaci%C3%B3n+del+IR+y+el+PRI.pdf?sequence=>
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (7ma ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Extraído de: [https://www.uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG\\_.pdf](https://www.uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf)
- Blogspot.com. (8 de junio de 2015). Estudio Económico y Financiero de un proyecto. Recuperado el 14 de Julio de 2017, de [www.planificacion-deproyectos.blogspot.com](http://www.planificacion-deproyectos.blogspot.com): <http://planificacion-deproyectos.blogspot.com/2010/02/estudio-economico-y-financiero-de-un.html>
- Brume, M. (2019). *Estructura organizacional*. Colombia, Barranquilla. Editorial Institución Universitaria Itsa. Extraído de: <https://www.unibarranquilla.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- Castro, J. A. M., & Guadarrama, G. E. (2020). *Elabore su proyecto de inversión para la expansión. Emprendedores*. Publicaciones Empresariales UNAM. FCA Publishing. Extraído de: [http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id\\_articulo=658](http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=658)

*División del Territorio del Cantón Cuenca.* (s/f). Gob.ec. Recuperado el 18 de abril de 2023, de [https://www.cuenca.gob.ec/page\\_divisionterritorio](https://www.cuenca.gob.ec/page_divisionterritorio)

Gregory, N. G. (2012). Principios de economía. Editorial: Cengage Learning. Extraído de [https://www.academia.edu/40017651/Principios\\_de\\_Econom%C3%ADa\\_S%C3%A9ptima\\_edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/40017651/Principios_de_Econom%C3%ADa_S%C3%A9ptima_edici%C3%B3n)

Importacionesalicia (2023). Peluquerías. Recuperado el 23 de abril de 2023, de <https://importacionesalicia.com/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC (2010). Censo de Población y Vivienda. Ecuador

Jmbctecnologiaec (2022). TECNOLOGIA Y EQUIPOS. Recuperado el 2 de mayo de 2023, de <https://www.jmbctecnologiaec.com/product-category/tecnologia-y-equipos/>

Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada (2015). Quito.

Martín Gutiérrez, Á. (2015). Contextualización de los centros de formación profesional en su entorno: Retos y oportunidades en la sociedad del conocimiento. Extraído de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29760/Tesis%20A-Martin-Gutierrez%20%28A%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Megamobilier (2021). Salones, peluquerías y barberías. Recuperado el 24 de abril de 2023, de [https://www.megamobilier.com/?gclid=CjwKCAjw9J2iBhBPEiwAErwpeUjRRmCfIRCOxdrYvESQE\\_nUNlgYWRqYOn7riOxxagKg5FJfy0oAlhoCdUwQAvD\\_BwE](https://www.megamobilier.com/?gclid=CjwKCAjw9J2iBhBPEiwAErwpeUjRRmCfIRCOxdrYvESQE_nUNlgYWRqYOn7riOxxagKg5FJfy0oAlhoCdUwQAvD_BwE)

Moya Espinosa, P. (2015). Introducción a la mercadotecnia: un acercamiento a la satisfacción de necesidades. Tunja: Editorial UPTC. Extraído de: <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/3867>

Navarro, M. N. G., Parra, M. M. E. L., López, M. J. N. A., Figueroa, R. C., & Fraijo, A. N. B. (2008). Qué integra el estudio financiero en un plan de Negocios. Extraído de: [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)

- Parra, M. E., López, M. J. N. A., Pellat, A., & Puerta, C. (2008). Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. Extraído de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtdmivo.pdf>
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). El precio. Tipos y estrategias de fijación. *EOI Marketing*, 4, 53.
- Permisos o Renovación para uso de Espacio Público. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 3 de mayo de 2023, de <https://www.cuenca.gob.ec/content/permisos-o-renovacion-para-uso-de-espacio-publico>
- Proenza Brown, M. (2019). *Servicio de belleza*. La Habana: Pueblo y Educación. Extraído de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-80912020000100242](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912020000100242)
- Registro Municipal Obligatorio para el Ejercicio de Actividades Económicas en el Cantón Cuenca (Permiso de Funcionamiento) . (s/f). Gob.ec. Recuperado el 3 de mayo de 2023, de <https://www.cuenca.gob.ec/content/registro-municipal-obligatorio-para-el-ejercicio-de-actividades-economicas-en-el-canton-1>
- Ruíz, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13), 172-188. Extraído de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-80912020000100242](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912020000100242)
- Salinas, L. E. C., Velastegui, A. M. Y., & Arriaga, J. X. H. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 783-798. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*, 11. Extraído de: <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Servicio de Rentas Internas. (2018). *Mi Guía Tributaria*. Sexta Edición. Quito. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/da849fef-aea4-4a50-95c5-dd61098ca8f5/Guia%205%20-%20Personas%20Naturales%20Obligadas%20a%20llevar%20contabilidad.pdf>
- Uribe, J. A. F. (2017). *Proyectos de inversión para las PYME (2da)*. Ecoe Ediciones. Colombia, 63 - 79.

Valencia, W. (2010). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Industrial Data*, 13(1), 28-31. Extraído de: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81619989004.pdf>

Villanueva, R. (2020). Formulación y evaluación de proyectos de inversión de Pymes. Extraído de <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/5544/formulacion1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). Proyectos de inversión: un enfoque práctico. Chimborazo: ESPOCH. Extraído de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%CC%81ctico.pdf>

Wals, S. (2002). Contabilidad I. Instituto Politécnico Nacional. México, 49-55.

Anexo

Anexo 1: Modelo de encuesta.

**Encuesta para la creación del centro de estética y peluquería "Santa Cecilia"**



Saludos cordiales, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay (UDA) y en esta ocasión solicito su colaboración en la ejecución de una encuesta, con una duración promedio de 3 minutos, diseñado para determinar la factibilidad de la creación del centro de estética y peluquería "Santa Cecilia".

**1. ¿Usted utiliza servicios de estética y peluquería?**

- |    |    |                          |                      |
|----|----|--------------------------|----------------------|
| 1. | Si | <input type="checkbox"/> | Continúe la encuesta |
| 2. | No | <input type="checkbox"/> | Termine la encuesta  |

**2. ¿Usted habita en el casco urbano del cantón de Cuenca?**

- |    |    |                          |                      |
|----|----|--------------------------|----------------------|
| 1. | Si | <input type="checkbox"/> | Continúe la encuesta |
| 2. | No | <input type="checkbox"/> | Termine la encuesta  |

**3. Sexo**

- |    |           |                          |
|----|-----------|--------------------------|
| 1. | Masculino | <input type="checkbox"/> |
| 2. | Femenino  | <input type="checkbox"/> |
| 3. | Otro      | <input type="checkbox"/> |

**4. Edad**

- |    |          |                          |
|----|----------|--------------------------|
| 1. | 15 - 20  | <input type="checkbox"/> |
| 2. | 21 - 26  | <input type="checkbox"/> |
| 3. | 27 - 32  | <input type="checkbox"/> |
| 4. | 33 - 38  | <input type="checkbox"/> |
| 5. | 39 - 44  | <input type="checkbox"/> |
| 6. | 45 - 50  | <input type="checkbox"/> |
| 7. | 51 o más | <input type="checkbox"/> |

**5. Nivel de educación**

- |    |              |                          |
|----|--------------|--------------------------|
| 1. | Escuela      | <input type="checkbox"/> |
| 2. | Colegio      | <input type="checkbox"/> |
| 3. | Bachillerato | <input type="checkbox"/> |
| 4. | Superior     | <input type="checkbox"/> |

**6. Ocupación**

- |    |                  |                          |
|----|------------------|--------------------------|
| 1. | Empleado público | <input type="checkbox"/> |
| 2. | Empleado privado | <input type="checkbox"/> |
| 3. | Cuenta propia    | <input type="checkbox"/> |
| 4. | Jubilado         | <input type="checkbox"/> |
| 5. | Desempleado      | <input type="checkbox"/> |
| 6. | Estudiante       | <input type="checkbox"/> |
| 7. | Otro             | <input type="checkbox"/> |

**7. ¿Con que frecuencia utiliza servicios de estética y peluquería?**

- 1. 1 vez por semana
  - 2. 1 vez cada dos semanas
  - 3. 1 vez al mes
  - 4. 1 vez cada dos meses
  - 5. Más de dos meses
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**8. ¿Tiene un gabinete o salón de belleza de confianza?**

- 1. Si
  - 2. No
- |  |
|--|
|  |
|  |

**9. ¿Si se implementara un centro de estética y peluquería que le ofrezca atención exclusiva y de calidad en la parroquia de San Sebastián, lo visitaría?**

- 1. Si
  - 2. No
- |  |
|--|
|  |
|  |

**10. ¿Cuáles son los factores más importantes al momento de escoger un centro de estética y peluquería?**

- 1. Aspecto fisico del local
  - 2. Ubicación
  - 3. Precio accesible
  - 4. Atención al cliente
  - 5. Seguridad en el establecimiento
  - 6. Otro
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**11. ¿Cuánto dinero gasta cada vez que asiste a un centro estético, gabinete o peluquería usualmente?**

- 1. \$0 - \$5
  - 2. \$6 - \$10
  - 3. \$11 - \$20
  - 4. \$21- \$30
  - 5. \$31 - \$50
  - 6. \$50 en adelante
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**12. ¿Qué servicios considera usted importante que debería ofrecerle un centro de estética y peluquería?**

- 1. Cortes de cabello
  - 2. Peinado de cabello
  - 3. Manicure
  - 4. Pedicure
  - 5. Colorimetria o tintes de cabello
  - 6. Maquillaje
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**13. Seleccione los servicios personalizados que le gustaría dentro de un centro de estética y peluquería, tal como:**

- 1. Coctel de bienvenida o cerveza
  - 2. capa con frente transparente para el uso del celular
  - 3. promociones en servicios
  - 4. venta de productos adicionales
  - 5. Otro
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## Anexo 2: Financiamiento Ban Ecuador



### Detalle Simulación de Crédito

<b>Tipo</b>	PYME		
<b>Destino</b>	Activo Fijo	<b>Tasa Nominal(%)</b>	9.76
<b>Sector Económico</b>	N/A	<b>Tasa Efectiva(%)</b>	10.00
<b>Facilidad</b>	Pequeña y Mediana Empresa	<b>Monto(USD)</b>	9,610.00
<b>Tipo Amortización</b>	Cuota Fija	<b>Plazo(Años)</b>	4
<b>Forma de Pago</b>	Semestral	<b>Fecha Simulación</b>	2023-05-20

**Recuerda:** Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	9610.00			
1	8599.30	1010.70	468.97	1479.67
2	7539.27	1060.03	419.65	1479.67
3	6427.51	1111.76	367.92	1479.67
4	5261.50	1166.01	313.66	1479.67
5	4038.59	1222.91	256.76	1479.67
6	2756.00	1282.59	197.08	1479.67
7	1410.82	1345.18	134.49	1479.67
8	0.00	1410.82	68.85	1479.67

**Anexo 3:** Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en las inversiones

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
<b>Inversiones</b>									
Activos fijos	\$7.954,92								
Activos diferidos	\$950,00								
Capital de trabajo	\$4.823,20								
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>								
<b>Incremento</b>	<b>\$15.100,93</b>								
<b>Ingresos</b>									
Ventas	\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
<b>Egresos</b>									
Costos de producción	\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación	\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>	<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
Utilidad antes de impuestos	\$8.626,00	\$8.272,37	\$9.824,74	\$11.903,07	\$13.695,44	\$15.841,71	\$17.892,04	\$20.123,45	
(-) 15% de trabajadores	\$1.293,90	\$1.240,85	\$1.473,71	\$1.785,46	\$2.054,32	\$2.376,26	\$2.683,81	\$3.018,52	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)	\$7.332,10	\$7.031,51	\$8.351,03	\$10.117,61	\$11.641,13	\$13.465,45	\$15.208,23	\$17.104,93	
(-) 25% Impuesto a la renta	\$1.833,03	\$1.757,88	\$2.087,76	\$2.529,40	\$2.910,28	\$3.366,36	\$3.802,06	\$4.276,23	
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$5.499,08</b>	<b>\$5.273,63</b>	<b>\$6.263,27</b>	<b>\$7.588,21</b>	<b>\$8.730,85</b>	<b>\$10.099,09</b>	<b>\$11.406,17</b>	<b>\$12.828,70</b>	
(+) Depreciación y amortización	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>	<b>-\$15.100,93</b>	<b>\$6.770,40</b>	<b>\$6.544,95</b>	<b>\$7.534,59</b>	<b>\$8.859,53</b>	<b>\$10.002,17</b>	<b>\$11.370,41</b>	<b>\$12.677,49</b>	<b>\$14.100,02</b>

<b>VAN</b>	\$29.875,36
<b>TIR</b>	50%

**Anexo 4:** Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en las inversiones

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
<b>Inversiones</b>									
Activos fijos	\$7.954,92								
Activos diferidos	\$950,00								
Capital de trabajo	\$4.823,20								
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>								
<b>Decremento</b>	<b>\$12.355,31</b>								
<b>Ingresos</b>									
Ventas	\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
<b>Egresos</b>									
Costos de producción	\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación	\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>	<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
Utilidad antes de impuestos	\$8.626,00	\$8.272,37	\$9.824,74	\$11.903,07	\$13.695,44	\$15.841,71	\$17.892,04	\$20.123,45	
(-) 15% de trabajadores	\$1.293,90	\$1.240,85	\$1.473,71	\$1.785,46	\$2.054,32	\$2.376,26	\$2.683,81	\$3.018,52	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)	\$7.332,10	\$7.031,51	\$8.351,03	\$10.117,61	\$11.641,13	\$13.465,45	\$15.208,23	\$17.104,93	
(-) 25% Impuesto a la renta	\$1.833,03	\$1.757,88	\$2.087,76	\$2.529,40	\$2.910,28	\$3.366,36	\$3.802,06	\$4.276,23	
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$5.499,08</b>	<b>\$5.273,63</b>	<b>\$6.263,27</b>	<b>\$7.588,21</b>	<b>\$8.730,85</b>	<b>\$10.099,09</b>	<b>\$11.406,17</b>	<b>\$12.828,70</b>	
(+) Depreciación y amortización	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>	<b>-\$12.355,31</b>	<b>\$6.770,40</b>	<b>\$6.544,95</b>	<b>\$7.534,59</b>	<b>\$8.859,53</b>	<b>\$10.002,17</b>	<b>\$11.370,41</b>	<b>\$12.677,49</b>	<b>\$14.100,02</b>

<b>VAN</b>	\$32.620,99
<b>TIR</b>	60%

**Anexo 5:** Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en las ventas.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
<b>Inversiones</b>										
Activos fijos	\$7.954,92									
Activos diferidos	\$950,00									
Capital de trabajo	\$4.823,20									
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>									
<b>Ingresos</b>										
Ventas		\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
	<b>Incremento</b>	<b>\$57.234,10</b>	<b>\$60.475,06</b>	<b>\$63.901,87</b>	<b>\$67.517,23</b>	<b>\$71.328,37</b>	<b>\$75.383,06</b>	<b>\$79.606,68</b>	<b>\$84.097,21</b>	
<b>Egresos</b>										
Costos de producción		\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación		\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>		<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
Utilidad antes de impuestos		\$13.829,10	\$13.770,10	\$15.634,00	\$18.041,00	\$20.179,84	\$22.694,72	\$25.129,01	\$27.768,65	
(-) 15% de trabajadores		\$2.074,37	\$2.065,51	\$2.345,10	\$2.706,15	\$3.026,98	\$3.404,21	\$3.769,35	\$4.165,30	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)		\$11.754,74	\$11.704,58	\$13.288,90	\$15.334,85	\$17.152,87	\$19.290,51	\$21.359,66	\$23.603,35	
(-) 25% Impuesto a la renta		\$2.938,68	\$2.926,15	\$3.322,22	\$3.833,71	\$4.288,22	\$4.822,63	\$5.339,91	\$5.900,84	
(=) <b>Utilidad Neta</b>		<b>\$8.816,05</b>	<b>\$8.778,44</b>	<b>\$9.966,67</b>	<b>\$11.501,14</b>	<b>\$12.864,65</b>	<b>\$14.467,88</b>	<b>\$16.019,74</b>	<b>\$17.702,52</b>	
(+) Depreciación y amortización		\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>		<b>-\$13.728,12</b>	<b>\$10.087,37</b>	<b>\$10.049,76</b>	<b>\$11.237,99</b>	<b>\$12.772,46</b>	<b>\$14.135,97</b>	<b>\$15.739,20</b>	<b>\$17.291,06</b>	<b>\$18.973,84</b>

<b>VAN</b>	\$50.682,64
<b>TIR</b>	79%

**Anexo 6:** Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en las ventas.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
<b>Inversiones</b>									
Activos fijos	\$7.954,92								
Activos diferidos	\$950,00								
Capital de trabajo	\$4.823,20								
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>								
<b>Ingresos</b>									
Ventas	\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
<b>Decremento</b>	<b>\$46.827,90</b>	<b>\$49.479,60</b>	<b>\$52.283,35</b>	<b>\$55.241,37</b>	<b>\$58.359,57</b>	<b>\$61.677,05</b>	<b>\$65.132,74</b>	<b>\$68.806,81</b>	
<b>Egresos</b>									
Costos de producción	\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación	\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>	<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
Utilidad antes de impuestos	\$3.422,90	\$2.774,63	\$4.015,48	\$5.765,14	\$7.211,05	\$8.988,71	\$10.655,06	\$12.478,25	
(-) 15% de trabajadores	\$513,44	\$416,19	\$602,32	\$864,77	\$1.081,66	\$1.348,31	\$1.598,26	\$1.871,74	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)	\$2.909,47	\$2.358,44	\$3.413,16	\$4.900,37	\$6.129,39	\$7.640,40	\$9.056,80	\$10.606,51	
(-) 25% Impuesto a la renta	\$727,37	\$589,61	\$853,29	\$1.225,09	\$1.532,35	\$1.910,10	\$2.264,20	\$2.651,63	
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$2.182,10</b>	<b>\$1.768,83</b>	<b>\$2.559,87</b>	<b>\$3.675,28</b>	<b>\$4.597,04</b>	<b>\$5.730,30</b>	<b>\$6.792,60</b>	<b>\$7.954,88</b>	
(+) Depreciación y amortización	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>	<b>-\$13.728,12</b>	<b>\$3.453,42</b>	<b>\$3.040,15</b>	<b>\$3.831,19</b>	<b>\$4.946,60</b>	<b>\$5.868,36</b>	<b>\$7.001,62</b>	<b>\$8.063,92</b>	<b>\$9.226,20</b>

<b>VAN</b>	\$11.813,71
<b>TIR</b>	29%

**Anexo 7:** Análisis de sensibilidad con una variación del (+10%) en los costos y gastos.

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	
		<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	
<b>Inversiones</b>										
Activos fijos	\$7.954,92									
Activos diferidos	\$950,00									
Capital de trabajo	\$4.823,20									
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>									
<b>Ingresos</b>										
Ventas		\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
<b>Egresos</b>										
Costos de producción		\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación		\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>		<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
	<b>Incremento</b>	<b>\$47.745,50</b>	<b>\$51.375,46</b>	<b>\$53.094,66</b>	<b>\$54.423,85</b>	<b>\$56.263,38</b>	<b>\$57.957,17</b>	<b>\$59.925,44</b>	<b>\$61.961,42</b>	
Utilidad antes de impuestos		\$4.285,50	\$3.601,87	\$4.997,95	\$6.955,45	\$8.580,59	\$10.572,88	\$12.444,27	\$14.490,59	
(-) 15% de trabajadores		\$642,83	\$540,28	\$749,69	\$1.043,32	\$1.287,09	\$1.585,93	\$1.866,64	\$2.173,59	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)		\$3.642,68	\$3.061,59	\$4.248,26	\$5.912,13	\$7.293,50	\$8.986,94	\$10.577,63	\$12.317,00	
(-) 25% Impuesto a la renta		\$910,67	\$765,40	\$1.062,06	\$1.478,03	\$1.823,38	\$2.246,74	\$2.644,41	\$3.079,25	
(=) <b>Utilidad Neta</b>		<b>\$2.732,01</b>	<b>\$2.296,19</b>	<b>\$3.186,19</b>	<b>\$4.434,10</b>	<b>\$5.470,13</b>	<b>\$6.740,21</b>	<b>\$7.933,22</b>	<b>\$9.237,75</b>	
(+) Depreciación y amortización		\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>		<b>-\$13.728,12</b>	<b>\$4.003,33</b>	<b>\$3.567,51</b>	<b>\$4.457,51</b>	<b>\$5.705,42</b>	<b>\$6.741,45</b>	<b>\$8.011,53</b>	<b>\$9.204,54</b>	<b>\$10.509,07</b>

<b>VAN</b>	\$15.681,56
<b>TIR</b>	34%

**Anexo 8: Análisis de sensibilidad con una variación del (-10%) en los costos y gastos.**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
<b>Inversiones</b>										
Activos fijos	\$7.954,92									
Activos diferidos	\$950,00									
Capital de trabajo	\$4.823,20									
<b>Total de inversiones</b>	<b>\$13.728,12</b>									
<b>Ingresos</b>										
Ventas		\$52.031,00	\$54.977,33	\$58.092,61	\$61.379,30	\$64.843,97	\$68.530,05	\$72.369,71	\$76.452,01	
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$52.031,00</b>	<b>\$54.977,33</b>	<b>\$58.092,61</b>	<b>\$61.379,30</b>	<b>\$64.843,97</b>	<b>\$68.530,05</b>	<b>\$72.369,71</b>	<b>\$76.452,01</b>	
<b>Egresos</b>										
Costos de producción		\$15.552,08	\$16.962,00	\$17.541,52	\$18.140,99	\$18.761,08	\$19.402,49	\$20.065,98	\$20.752,29	
Costos de operación		\$27.852,92	\$29.742,96	\$30.726,35	\$31.335,24	\$32.387,45	\$33.285,85	\$34.411,69	\$35.576,27	
<b>Total de egresos</b>		<b>\$43.405,00</b>	<b>\$46.704,96</b>	<b>\$48.267,87</b>	<b>\$49.476,23</b>	<b>\$51.148,53</b>	<b>\$52.688,34</b>	<b>\$54.477,67</b>	<b>\$56.328,56</b>	
<b>Decremento</b>		<b>\$39.064,50</b>	<b>\$42.034,47</b>	<b>\$43.441,08</b>	<b>\$44.528,60</b>	<b>\$46.033,67</b>	<b>\$47.419,51</b>	<b>\$49.029,91</b>	<b>\$50.695,70</b>	
Utilidad antes de impuestos		\$12.966,50	\$12.942,86	\$14.651,53	\$16.850,70	\$18.810,30	\$21.110,54	\$23.339,80	\$25.756,31	
(-) 15% de trabajadores		\$1.944,98	\$1.941,43	\$2.197,73	\$2.527,60	\$2.821,54	\$3.166,58	\$3.500,97	\$3.863,45	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAIR)		\$11.021,53	\$11.001,43	\$12.453,80	\$14.323,09	\$15.988,75	\$17.943,96	\$19.838,83	\$21.892,86	
(-) 25% Impuesto a la renta		\$2.755,38	\$2.750,36	\$3.113,45	\$3.580,77	\$3.997,19	\$4.485,99	\$4.959,71	\$5.473,22	
(=) <b>Utilidad Neta</b>		<b>\$8.266,14</b>	<b>\$8.251,07</b>	<b>\$9.340,35</b>	<b>\$10.742,32</b>	<b>\$11.991,56</b>	<b>\$13.457,97</b>	<b>\$14.879,12</b>	<b>\$16.419,65</b>	
(+) Depreciación y amortización		\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	\$1.271,32	
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>		<b>-\$13.728,12</b>	<b>\$9.537,46</b>	<b>\$9.522,39</b>	<b>\$10.611,67</b>	<b>\$12.013,64</b>	<b>\$13.262,88</b>	<b>\$14.729,29</b>	<b>\$16.150,44</b>	<b>\$17.690,97</b>

<b>VAN</b>	\$46.814,79
<b>TIR</b>	75%