Universidad Del Azuay.

Facultad Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PELUQUERIA A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE CUENCA.

PERIODO 2012 2016.

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autoras:

María Del Cisne Armijos.

Marjorie Galarza.

Director:

Mg. Ximena Peralta Vallejo.

Cuenca, Ecuador.

2012.

DEDICATORIA

A Dios ya que sin él no podrá ser posible cumplir las metas que me he planteado a lo largo de la vida, por protegerme y guiarme siempre. A la persona más importante, la razón de mi vida mi Cristhian Mateo ya que él es mi inspiración y mi fuerza para luchar día a día y la razón principal por querer superarme. A mis padres, ya que sin su apoyo y su amor no hubiera sido posible hoy cristalizar este sueño, y porque en ellos veo el más grande ejemplo de superación. A mi esposo gracias por su apoyo y compañía en cada momento de la vida. A mis hermanos por inspirarme para ser su ejemplo, por compartir una vida con buenos y malos momentos pero siempre juntos. A mi compañera de tesis Marjorie Galarza, por ser mi amiga y por todo el esfuerzo que juntas hemos realizado para concretar este proyecto.

María del Cisne.

DEDICATORIA

Trabajo dedicado a mi gran amor Dios, por relegarme la vida y con ella el tesoro más grande mi familia, mis padres ejemplo de amor puro, superación, y entrega, mis hermanos ejemplo de cariño sincero y la amistad verdadera.

Marjorie.

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento principalmente a Dios por permitirnos ser y estar, a nuestras familias por su amor e incondicional apoyo, a nuestros amigos por su colaboración, a la Universidad del Azuay y personal que la conforma por los conocimientos impartidos, y a todas las personas que de una u otra manera ayudaron al desarrollo de la misma sus gestos quedaron grabados en nuestro corazón.

Y un agradecimiento especial a la Ing., Ximena Peralta Vallejo por ayudarnos a resolver dudas e inquietudes en la elaboración de este trabajo.

Marjorie y María Del Cisne.

INDICE

RESUMEN 10
DECLARACION 11
CAPITULO I 14
1. GENERALIDADES 14
1.1.ANALISIS DEL ENTORNO. 14
1.2.FUNDAMENTACION TEORICA. 15
1.2.1.ESTUDIO DE MERCADO. 15
1.2.2. ESTUDIO TECNICO. 16
1.2.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL. 16
1.2.4 ESTUDIO ECONOMICO - FINANCIERO. 17
CAPITULO II 18
2. ESTUDIO DE MERCADO. 19
Objetivo General 19
Objetivos Específicos 19
2.2 EJECUCION DEL ESTUDIO DE MERCADO. 19
2.2.1 Metodología de la Investigación. 19
2.2.2 Segmentación y Muestreo. 20
2.2.3 Tabulación y Resultados. 23
2.3 ANALISIS DEL MERCADO. 28
2.3.1 Análisis de la Demanda. 28
Proyección de la demanda para los próximos 5 años: 30
2.3.2 Análisis de la Oferta. 32
2.3.3 Análisis de Precio. 34
2.3.4 Análisis de comercialización 37
MAQUILLAJE 39
PEINADO 39
MANICURE 40
PEDICURE 40
CAPITULO III 41

3. ESTUDIO TECNICO. 41
3.1 ANALISIS Y DETERMINACION DE LA LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO. 41
3.1.1 MACROLOCALIZACION. 41
3.1.2 MICROLOCALIZACION 41
3.2 ANALISIS Y DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO. 42
3.3 ANALISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE SUMINISTROS E INSUMOS. 42
3.4 IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DEL PROCESO. 46
DESCRIPCION DEL PROCESO PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO A DOMICILIO. 46
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL PEINADO. 48
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL MAQUILLADO. 49
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL MANICURE. 50
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL PEDICURE. 51
CAPITULO IV 52
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL. 52
4.1. DEFINICION DE RUMBO ESTRATEGICO. 52
4.1.1. MISION. 52
4.1.2. VISION. 52
4.1.3. OBJETIVOS ESTRATEGICOS. 52
4.1.4. VALORES. 53
4.2. DEFINICION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. 54
4.3. DEFINICION DE PERFILES DE CARGO. 54
4.4. ASPECTOS LEGALES CONSTITUCION EMPRESA. 57
4.4.1. TIPO DE EMPRESA. 57
REQUISITOS PARA SU CONSTITUCIÓN: 57
REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO: 58
4.4.3.1. REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES 58
REQUISITOS GENERALES 58
4.4.3.2IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES 59

4.4.3.3 REQUISITOS PARA LA PATENTE 60
4.4.3.4. REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN ARTESANAL 61
4.4.3.5. EL BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS 62
4.4.3.6 IEPI (INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL) 62
CAPITULO V 64
5. ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO. 64
5.1. ANALISIS DE INVERSION. 64
5.1.1. INVERSION FIJAS. 64
5.1.2. INVERSIONES DIFERIDAS. 67
5.1.3. ORIGEN DEL CAPITAL DE TRABAJO 67
5.3. ANALISIS DE INGRESOS 71
5.3.1. PROYECCION DE LOS INGRESOS. 71
5.4. ANALISIS DE EGRESOS 72
5.4.1. PROYECCION DE LOS EGRESOS 73
5.5. ANALISIS DE RENTABILIDAD 74
5.5.1 FLUJO DE BENEFICIOS. 74
5.5.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN). 76
5.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR). 77
5.4.4. PAY BACK. 78
5.4.5. ANALISIS DE SENSIBILIDAD. 79
CONCLUSIONES 84
RECOMENDACIONES. 85
ANEXOS 88
ANEXO Nº1: OFICIO DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO 88
ANEXO Nº2. PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA POR GRUPOS DE EDAD CENSO 2010. 89
ANEXO Nº3. DISEÑO DE ENCUESTA. 90
ANEXO Nº4MATERIALES DIRECTOS. DATOS DE UTENSILIOS REQUERIDOS SEMESTRALES 92
ANEXO Nº5 SOCIOS - APORTE 94
ANEXO Nº6 95

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO COOPERATIVA JEP. 95
ANEXO N° 7 PROYECION DE LOS INGRESOS. 98
ANEXO N° 8 ROL DE PAGOS 100
ANEXO N°9 PROYECCION DE LA INFLACION. 101
ANEXO N° 10 MODELO DE UNIFORME 102

ABSTRACT

This is a feasibility project oriented to the creation of "TE PEINO EN CASA" beauty parlor exclusive service in the commodity of your house, focused on middle and high class women, in order to help them save valuable time. The Market Study will be a decisive factor to understand the consumer's needs and the level of acceptance of this type of service. The technical study will help organize and optimize the resources by determining the most favorable location, the capacity, and an analysis of the different processes. Whereas, the Management and Legal study will contain the organization, administrative procedures and legal aspects that must be observed in order to start the business. Finally, the Economical and Financial Study will establish the amount of the investment, costs and incomes, and the future profitability of the project through the different evaluation methods: Net Present Value, Internal Revenue Rate, Pay back, and the sensitivity analysis.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DPTO. IDIOMAS

Translated by,
Diana Lee Rodas

RESUMEN

Proyecto de factibilidad orientado a la creación de “TE PEINO EN CASA” una peluquería con servicio exclusivo en la comodidad de su hogar, enfocado a mujeres de clase social media alta y alta, buscando ahorrar su valioso tiempo. El Estudio de Mercado será un factor decisivo para saber las características deseadas de las consumidoras y la aceptación del servicio. El Estudio Técnico ayudara a organizar los recursos optimizándolos al máximo, mediante la determinación de la localización óptima, la capacidad instalada, y un análisis de los distintos procesos necesarios. Mientras que el Estudio Administrativo y Legal que comprenderá la organización, procedimientos administrativos y aspectos legales que deben cumplirse para la puesta en marcha del negocio. Finalmente un Estudio Económico Financiero con el fin de establecer la inversión, costos e ingresos y la rentabilidad que generara en un futuro el proyecto, mediante los métodos de evaluación: Valor Actual Neto. Tasa Interna de Retorno, Pay Back y el análisis de sensibilidad.

DECLARACION

Nosotras Marjorie de los Ángeles Galarza Quezada y María del Cisne Armijos Tinoco, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría, que no ha sido antes presentado para ningún grado o calificación profesional y que hemos incluido todas las referencias bibliográficas a las que hemos consultado en el presente**.**

INTRODUCCION.

El proyecto que se va a realizar a continuación analiza la viabilidad de la instalación de una "PELUQUERÍA CON SERVICIO A DOMICILIO" en la ciudad de Cuenca, se escogió esta ciudad ya que la misma es reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad, además de ser una de las principales ciudades del Ecuador.

La idea nació de una de las socias, quien presta en la actualidad el servicio de manicure a domicilio, y ha determinado la acogida de las clientas que solicitan y expresan la necesidad de un servicio que incluya también peinado, maquillaje y pedicure; por esta razón se fundamenta expandir su negocio en la ampliación de un servicio completo.

Lo que pretende este proyecto es llegar a las clientas mediante la comodidad y calidad del servicio, con personal ampliamente capacitado, aspecto que será su principal carta de presentación, permitiéndole así garantizar la fidelidad y permanencia en el mercado.

El presente trabajo estará compuesto por cinco capítulos: el primero, comprende los antecedentes del sector y el marco teórico para respaldar el trabajo. El segundo capítulo, contiene el estudio de mercado que ayudará a la recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores, mercado y la comercialización del servicio. Una vez realizado el estudio de mercado, se incluye en el tercer capítulo, el estudio técnico, que hace referencia al análisis de la prestación del servicio, tamaño y localización óptima. En el cuarto capítulo se detalla el estudio administrativo, que permitirá determinar el rumbo estratégico de la empresa; y, además se incluye un estudio legal que inserta todo lo relacionado con aspectos de constitución, legales y de funcionamiento. El quinto capítulo comprende, el estudio Económico- Financiero en donde se analizan los ingresos, costos y gastos para la puesta en marcha del negocio y la inversión requerida para el mismo, así como también la evaluación financiera a través de cuatro métodos Van, TIR, PAYBACK y

Análisis de Sensibilidades, los mismos que permitirán determinar la factibilidad financiera de este trabajo.

CAPITULO I

1. GENERALIDADES

1.1. ANALISIS DEL ENTORNO.

Considerando que Cuenca es una de las principales ciudades del Ecuador, dentro de la misma la mayoría de mujeres han tenido un gran desarrollo intelectual siendo capaces de desempeñar su rol como amas de casa y de la misma manera desarrollar sus actividades laborales, recalcando que debido a la falta de tiempo que tienen las mismas para desplazarse a los sitios para su cuidado de imagen y aspecto personal, se ha despertado en nosotros la idea de crear una PELUQUERIA A DOMICILIO, es importante mencionar que dentro de la ciudad existe una gran demanda en lo que respecta a este servicio y que en la actualidad se registra un considerable aumento poblacional, lo que hace que sea mayor el número de personas que día a día están demandando un gran número de bienes y servicios.

Son las grandes culturas en la historia del hombre y en las que la cosmética y la peluquería alcanzaron un gran desarrollo. Con ellas se inicia también una especialidad profesional que ha perdurado durante siglos.

Paris en el siglo XVII es el corazón de Europa. Francia impulsa y populariza el arte de la peluquería. El despertar del Renacimiento devuelve a la humanidad su pasión por la belleza y el adorno, infinidad de cremas, ungüentos, polvos aparecen para dar respuesta a esa nueva inquietud por el arreglo personal.

La peluquería en la actualidad es una de las profesiones con una cifra de empleo muy elevada, por delante de otras profesiones que tradicionalmente se asocian como un empleo seguro, tiene una tasa de ocupación muy elevada dentro del país y de la misma manera dentro de la ciudad de Cuenca, estos datos se explican en gran medida por la cantidad de salones de belleza que existen, según datos de la Junta Provincial de Defensa del Artesano del Azuay, existen aproximadamente 822 maestras(os)

artesanas(os) en la rama artesanal de belleza que están calificados por la Junta. (**VER ANEXO Nº1**).

Para formalizar este proyecto se ha escogido el nombre de "TE PEINO EN CASA" por cuanto nos parece llamativo, moderno y hace alusión a lo que estamos ofreciendo que es el servicio a domicilio.

Consideramos que el servicio es una idea innovadora, ya que como característica especial distinguiéndola de las demás es una PELUQUERIA A DOMICILIO, es decir trasladarse al domicilio de las clientas con el objetivo de brindarle comodidad, satisfaciendo su necesidad, y a la vez optimizar su tiempo.

Para determinar la factibilidad del presente proyecto de una manera técnica y financiera es importante realizar diferentes análisis, los mismos que brinden información certera y oportuna que ayuden a la toma de decisiones.

1.2. FUNDAMENTACION TEORICA.

1.2.1. ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen, ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

"Se entiende por mercado el área en el que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados"[1], esto quiere decir encontrar el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda que para nuestra investigación será el óptimo.

[1] BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", McGraw-Hill Interamericana, México 2008.

La finalidad de este estudio es determinar la demanda, las características de nuestro servicio, las preferencias de los clientes, los precios que dispone la competencia y de que esta manera se demuestre la factibilidad de proyecto para la puesta en marcha del mismo.

Se debe realizar un estudio minucioso de los datos tanto de la competencia como de la demanda para proceder a tabularlos y así obtener la información relevante para el desarrollo de la investigación y análisis financiero de nuestro proyecto.

1.2.2. ESTUDIO TECNICO.

Este estudio se encarga de verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o servicio que se pretende, analizando:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- De donde obtener materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos utilizar.
- Que personal es el necesario para llevar a cabo el proyecto.

Es decir todo aquello que tenga que ver con el funcionamiento y operatividad del proyecto, llegando a determinar la función de producción óptima para la utilización eficaz y eficiente de los recursos disponibles para la producción de los bienes o servicios sociales.

Teniendo en cuenta que el proceso productivo y la tecnología que se selecciona influirán directamente en la cuantía de las inversiones, costos e ingresos del proyecto.

Es decir uno de los principales resultados de este estudio será definir la función de producción que optimiza los recursos del proyecto.

1.2.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

"Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

Para cada proyecto es posible definir la cultura administrativa que va ser aceptable a los requerimientos de su posterior operación. Este estudio es fundamental para definir las necesidades personal calificado para gestión y, por tanto estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regulan el marco legal en cual los agentes económicos se desenvolverán.

Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan de manera diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan. Esto se manifiesta en el otorgamiento de servicios de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para los tipos distintos de materias primas y productos terminados o incluso en la constitución de la empresa que llevara a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según sea el tipo de organización que se seleccione."[2]

1.2.4 ESTUDIO ECONOMICO - FINANCIERO.

[2]SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo; "Preparación y evaluación de proyectos", Editorial Mexicana, 5 Edición (2007).

El fin de este estudio es responder a la interrogante: ¿Es rentable esta idea? Una vez concluido el estudio técnico, se podrá determinar un mercado potencial por cubrir y que tecnológicamente no exista impedimento para llevarlo a cabo. La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos necesarios para la realización del estudio, cuál será el costo total de la operación (funciones de administración y ventas); así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del estudio, que es la evaluación económica.[3]

En este estudio se determinará la rentabilidad del proyecto, para esto será necesario realizar los siguientes análisis:

- Análisis de las Inversiones: Saber cuánto dinero requerirá la inversión.
- Análisis de Financiamiento: Conocer cómo se financiará el proyecto.
- Análisis de Ingresos y Egresos: Proyectar los ingresos y egresos para tiempo de duración el proyecto.
- Análisis de Rentabilidad: Evaluar si la empresa es o no rentable, utilizando como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Pay Back, y Análisis de sensibilidad.

CAPITULO II

[3]BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Mc. Graw Hill, Quinta edición México 2006.

2. ESTUDIO DE MERCADO.

Estudio que tiene como fin la recolección y análisis de datos del mercado sus oferentes y demandantes. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan e negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado, es aquel que busca alcanzar los siguientes objetivos de estudio:

Objetivo General

- Dimensionar la posibilidad de la introducción de TE PEINO EN CASA en el mercado de la ciudad de Cuenca.

Objetivos Específicos

- Segmentar el mercado de manera que permita un estudio óptimo para el proyecto.

- Determinar la aceptación de mercado cuencano para la creación de la peluquería a domicilio.

- Obtener el rango de precios que las clientas estarían dispuestos a pagar.

2.2 EJECUCION DEL ESTUDIO DE MERCADO.

2.2.1 Metodología de la Investigación.

Información Primaria: las fuentes de donde se obtendrá este tipo de información será

- Encuestas en los diferentes centros comerciales de la ciudad.
- Encuestas en distintas universidades de la ciudad.
- Encuestas en lugares privados y públicos.

Información Secundaria:

- Datos proporcionados por el INEC.
- Páginas web relacionadas con el tema.
- Artículos de prensa escrita que hagan alusión a nuestro tema.

2.2.2 Segmentación y Muestreo.

El proyecto estará enfocado a la zona urbana de la ciudad de cuenca, que comprende a todas las mujeres desde los 15 a 54 años, de clase media y media alta, esta zona tiene una población total de 105.065 mujeres habitantes en base al último censo realizado en el 2010.

CUADRO Nº1.
PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA POR GRUPO DE EDAD CENSO 2010

Grupos de Edad	Numero
De 15 a 19 años	16458
De20 a 24 años	17411
De 25 a 29 años	16241
De 30 a 34 años	13848
De 35 a 39 años	12021
De 40 a 44 años	10835
De 45 a 49 años	9915
De 50 a 54 años	8336
TOTAL MUJERES	**105065**

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (VER **ANEXO 2**).

Elaborado por: Las autoras.

Mujeres de la zona urbana de Cuenca comprendidas en la edad de 15 a 54 años son: **105.065 mujeres.**[4]

Para adquirir la información de las clientas potenciales se ha decidido realizar una encuesta poblacional. Para lo que considera la siguiente fórmula:[5]

[4] www.inec.gov.ec

[5] KINNEAR, Tomas y James TAYLOR. Investigación de Mercados. Colombia. McGraw-Hill.2003. 5ta Edición

$$n = \frac{Z^2\,P.Q.N}{(N-1)E^2 + Z^2.P.Q}$$

En donde:

Z= Nivel de Confianza.

P= Probabilidad a favor.

Q=Probabilidad en contra.

N= Tamaño de la población.

E= Error de estimación.

n=Tamaño de la muestra.

El universo es de 96729 personas, el cual pertenece a las mujeres de clase madia y media alta de la ciudad.

P, Q = probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del suceso

Puesto que la probabilidad de que se cumpla el objetico y de que ocurra el suceso es de 0,50, la probabilidad de no concurrencia es también de 0,50.

E= Error Muestral.

Con la determinación del encuestador se ha establecido que el error muestral es de 0,05 ya que es el valor máximo a admitir.

Remplazando los datos en la formula anterior se obtiene el siguiente tamaño de muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2*(0,5)*(0.5)*(96729)}{(96729-1)*(0.05^2)+(1.96)^2+(\ 0,5)*(0,5)}$$

383 personas

Para poder realizar el estudio de la demanda del proyecto será necesario realizar 383 encuestas, determinadas según la aplicación de la formula anterior. El formato de la encuesta se puede observar en el **ANEXO Nº3.**

2.2.3 Tabulación y Resultados.

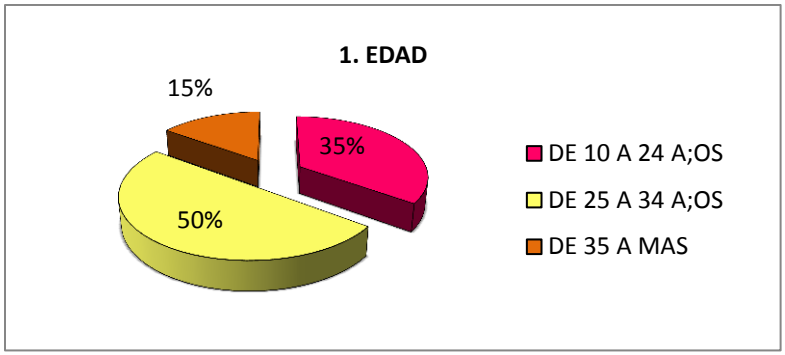
Las encuestas fueron realizadas a 383 mujeres, en base a las respuestas obtenidas y luego de un minucioso análisis de la tabulación se obtuvo los siguientes resultados.

1. Edad

CUADRO Nº2.		
DETALLE	**PERSONAS**	**PORCENTAJE**
DE 15 A 24 años	134	35%
DE 25 A 34 años	190	50%
DE 35 a mas	59	15%
TOTAL	**383**	**100%**

Elaborado por las autoras.

GRAFICO Nº1



Elaborado por las autoras.

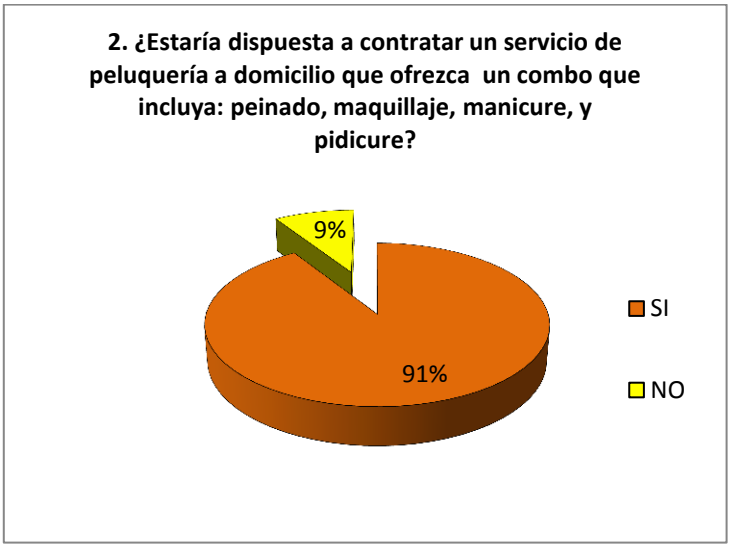
El promedio de edad de las 383 mujeres encuestadas fue de 24 años, como también se puede observar en el grafico, obtuvimos un 15% de mujeres de mujeres mayores a 35 años, un 35% de muejeres de 15 a 24 años, y finalmente mujeres de 25 a 34 años siendo la mayoria con un 50%.

2. ¿Estaría dispuesta a contratar un servicio de peluquería a domicilio que ofrezca un combo que incluya: peinado, maquillaje, manicure, y pedicure?

CUADRO Nº3.		
DETALLE	**PERSONAS**	**PORCENTAJE**
SI	350	91%
NO	33	9%
TOTAL	**383**	**100%**

Elaborado por las autoras.

GRAFICO Nº2



Elaborado por las autoras.

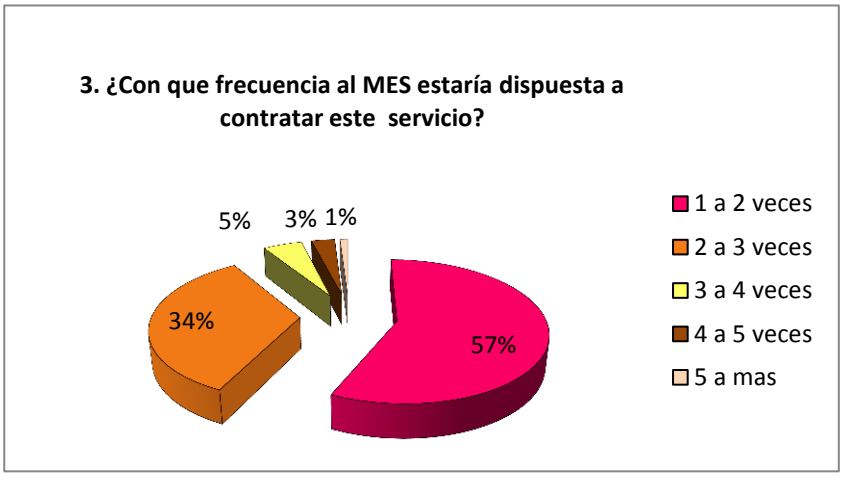
Acerca de cuantas de las 383 mujeres encuestadas estarían dispuestas a contratar el servicio ofrecido se determinó que el 91% es decir 350 mujeres de las 383, y apenas un 9% NO contrataría el servicio.

3. ¿Con qué frecuencia al MES estaría dispuesta a contratar este servicio?

CUADRO Nº4.		
FRECUENCIA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
1 a 2 veces	200	57%
2 a 3 veces	118	34%
3 a 4 veces	19	5%
4 a 5 veces	10	3%
5 a mas	2	1%
TOTAL	**383**	**100%**

Elaborado por las autoras.

GRAFICO Nº3



Elaborado por las autoras.

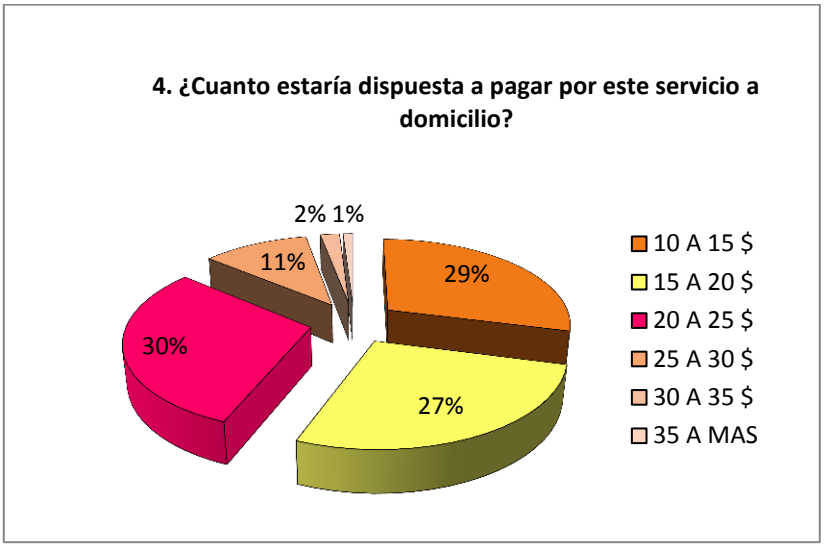
De las 383 encuestadas, las 350 que estarían dispuestas a contratar el servicio, de ellas como respuesta obtuvimos que 1% lo haría de 5veces a más, 3% de 4 a 5 veces, 5% de 3 a 4 veces, un 34 % de 2 a 3 veces, y finalmente siendo la mayoría con el 57% 1 vez al mes.

4. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este servicio a domicilio?

CUADRO Nº5.		
DETALLE	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
10 A 15 $	103	29%
15 A 20 $	96	27%
20 A 25 $	104	30%
25 A 30 $	39	11%
30 A 35 $	6	2%
35 A MAS	2	1%
TOTAL	**350**	**100**

Elaborado por las autoras.

GRAFICO Nº4



Elaborado por las autoras.

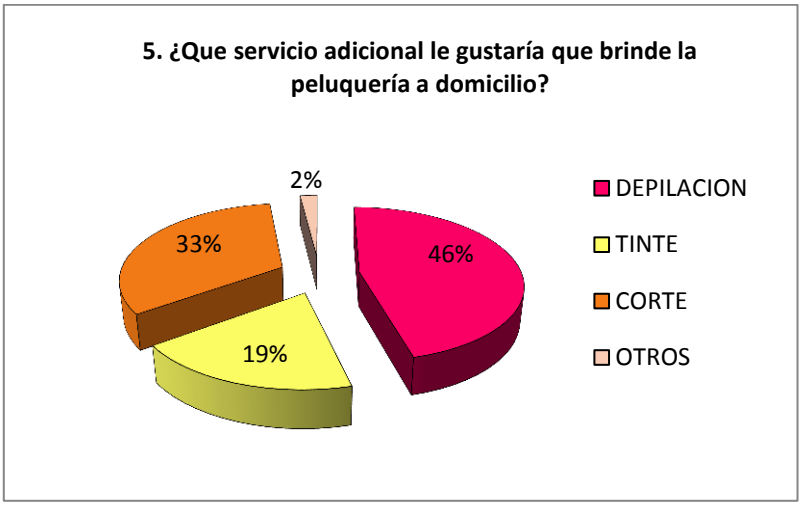
Con la tabulación de la encuesta también podemos concluir que de las 350 que están dispuestas a contratar, el 1% pagaría más de 35 dólares, un 2% pagaría de 30 a 35 dólares, un 11% estarían dispuestas a pagar de 25 A 30 dólares, un 27% de 15 a 20 dólares, un 29 pagarían un precio de 10 a 15 dólares, y finalmente y siendo la mayoría un 30% estaría dispuesto a pagar de 20 a 25 dólares.

5. ¿Qué servicio adicional le gustaría que brinde la peluquería a domicilio?

CUADRO Nº 6.		
DETALLE	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
DEPILACION	217	46%
TINTE	88	19%
CORTE	157	33%
OTROS	12	2%
TOTAL	**474**	**100%**

Elaborado por las autoras.

GRAFICO Nº5



Elaborado por las autoras.

Los resultados de las encuestas en cuanto a qué servicio adicional le gustaría que brinde la peluquería obtuvimos que un 46% siendo la mayoría, sugiere el servicio de depilación, un 33% corte de cabello, un 19 % tintes, y un 2% otros tipos de servicios, tales como: uñas acrílicas, masajes, limpiezas faciales, rizado de pestañas.

2.3 ANALISIS DEL MERCADO.

2.3.1 Análisis de la Demanda.

Con el objetivo de proyectar la demanda se obtuvo datos del INEC acerca de la población de las mujeres de la zona urbana de Cuenca con datos históricos de hace 9 años, es decir del año 2003 al 2011, los cuales se analizarán mediante el cálculo de mínimos cuadrados**.**

Formula: Y = a +bx

Donde:

a = Σy/n

b=Σxy/ Σx²

(Σ= sumatoria)

CUADRO Nº7.

ANOS	POBLACION MILES(Y)	DESVIACION ANOS(X)	X*Y	X^2	TENDENCIA POBLACION
2003	48303	-4	-193212	16	48120
2004	50526	-3	-151578	9	50471
2005	52805	-2	-105610	4	52822
2006	55047	-1	-55047	1	55173
2007	57326	0	0	0	57524
2008	59790	1	59790	1	59875
2009	62202	2	124404	4	62227
2010	64559	3	193677	9	64578
2011	67162	4	268648	16	66929
TOTAL	**517720**	**0**	**141072**	**60**	**517719**

Elaborado por las autoras.

Proyección de la demanda para los próximos 5 años:

CUADRO Nº8

PROYECCION	
AÑO	
1	69280
2	71631
3	73983
4	76334
5	78685

Elaborado por las autoras.

Esta proyección ayudará a determinar la demanda que se espera abarcar en los próximos 5 años, con los datos obtenidos en las encuestas se obtuvo que un 91% de mujeres encuestadas estarían dispuestas a contratar nuestro servicio, por lo que este valor porcentual será utilizado para la proyección de la demanda y a partir de esta cantidad se ha decidido extraer un 4,568% , ya que con la capacidad instalada del proyecto podremos atender a 2880 clientas al año como se explica en las tablas a continuación , de un total de 69280 de la población.

CUADRO Nº9

PERSONAL	HORAS DIA	HORAS SEMANA	HORAS MES	HORAS AÑO
Estilista 1	8	40	160	1920
Manicurista 1	8	40	160	1920
Estilista 2	8	40	160	1920
Manicurista 2	8	40	160	1920
Estilista 3	8	40	160	1920
Manicurista 3	8	40	160	1920
TOTAL	48	240	960	11520

Elaborado por las autoras.

El tiempo promedio de servicio completo (Estilista 1 y Manicurista 1) 2 HORAS.

CUADRO Nº10

TIEMPO	NUMERO DE CLIENTAS
DIARIAS	12
SEMANALES	60
MESUALES	240
ANUALES	2880

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº 11

	SEGMENTO	MERCADO
AÑOS	**91%**	**4,568%**
1	63045	2880
2	65184	2978
3	67325	3075
4	69464	3173
5	71603	3271

Elaborado por las autoras.

2.3.2 Análisis de la Oferta.

Dentro de la competencia se considera cualquier peluquería en la ciudad que al sentir la presencia en el mercado de este servicio esté dispuesta a ofrecer su servicio a domicilio, con similares características a la nuestra.

Entre las peluquerías más reconocidas en el mercado cuencano están:

CUADRO Nº12

ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO
JAIRO GOMEZ	C.C. El Vergel Local, C.C Miraflores, C.C Gran Aki.	286 0572 / 4103622
RENOVA	Los Fresnos 1-100y Av. Paucarbamba.	2885802
MARCEL FRANCE	Sucre y Hermano Miguel , Alfonso Borrero 2-33 y Remigio Tamariz	2830544 / 2810143
VOGA	Jacinto Flores 2-19 y Av. 10 de Agosto.	2886812
LUCIA PALACIOS	Roberto Crespo y Av. 10 de Agosto	2810066
DIANA COELLO	Agustín Cueva 8-54 y Gonzalo Cordero, Mall del Rio ,Milenium Plaza	2814204

Elaborado por las autoras.

El análisis de la competencia también permitirá determinar el precio del servicio, para lo que se ha analizado las peluquerías que se consideran como posible competencia, empresas que prestan servicios de peinado, maquillado, manicure, y pedicure, y que al notar nuestra presencia en el mercado puedan optar por prestar su servicio a domicilio. Se realizó una investigación a cerca de los precios de cada uno de los servicios, donde se puede observar que MARCEL FRANCE es la peluquería con precios más altos cobrando $ 53 dólares por los cuatro servicios, mientras que VOGA y LUCIA PALACIOS $ 26 dólares siendo los más bajos de las 6 peluquerías analizadas. Donde el precio promedio de estas seria 36,16, como se puede observar en el siguiente cuadro

:

CUADRO Nº13

Nº	PELUQUERIA/ SERVICIO	MANICURE	PEDICURE	MAQUILLAJE	PEINADO	PRECIO FINAL
1	JAIRO PELUQUERIA	6,00$	8,00$	10,00$	7,00$	31,00$
2	RENOVA	5,00 $	8,00$	15,00$	9,00$	37,00$
3	MARCEL FRANCE	8,00$	10,00$	20,00$	15,00$	53,00$
4	VOGA	5,00$	7,00$	8,00$	9,00$	29,00$
5	LUCIA PALACIOS	5,00$	7,00$	10,00$	7,00$	29,00$
6	DIANA COELLO	6,00$	5,00$	15,00$	12,00$	38,00$
PROMEDIO		**5,83$**	**7,50$**	**13,00$**	**9,83$**	**36,16**

Elaborado por las autoras.

2.3.3 Análisis de Precio.

El precio de un producto puede determinarse de varias formas por: la oferta, la demanda, el costo del mismo, o también pueden ser fijados por el gobierno en virtud de la ley del consumidor, que determinan el precio por la calidad del local y del servicio.

Para determinar el precio del servicio en la peluquería se ha planeado utilizar una combinación de los resultados arrojados en las encuesta, el análisis de precios de la competencia y en base al costo de los insumos a utilizarse en la prestación del servicio.

En los resultados arrojados en las encuestas en la pregunta Numero 4; de **¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este servicio a domicilio?,** se ve que el 30% de las encuestadas estarían dispuestas a pagar un valor de 20 a 25 dólares, tomando en cuenta que el total de los resultados este porcentaje es el mayor.

CUADRO Nº14

Nº	PELUQUERIA/ SERVICIO	MANICURE	PEDICURE	MAQUILLAJE	PEINADO	PRECIO FINAL
1	JAIRO PELUQUERIA	6,00$	8,00$	10,00$	7,00$	31,00$
2	RENOVA	5,00 $	8,00$	15,00$	9,00$	37,00$
3	MARCEL FRANCE	8,00$	10,00$	20,00$	15,00$	53,00$
4	VOGA	5,00$	7,00$	8,00$	9,00$	29,00$
5	LUCIA PALACIOS	5,00$	7,00$	10,00$	7,00$	29,00$
6	DIANA COELLO	6,00$	5,00$	15,00$	12,00$	38,00$
PROMEDIO		**5,83$**	**7,50$**	**13,00$**	**9,83$**	**36,16**

Elaborado por las autoras.

La estructura del cuadro anterior se ha realizado con el objetivo de analizar las peluquerías que se consideran como posible competencia, empresas que prestan servicios de peinado, maquillado, manicure, y pedicure, que al notar nuestra presencia en el mercado puedan optar por prestar su servicio a domicilio. Se realizo una investigación a cerca de los precios de cada uno de los servicios, donde se puede observar que MARCEL FRANCE es la peluquería con precios más altos cobrando $ 53 dólares por los cuatro servicios, mientras que VOGA y LUCIA PALACIOS $ 26 dólares siendo los más bajos de las 6 peluquerías analizadas. Donde el precio promedio de estas seria 36,16.

Para realizar un análisis de precio es importante también analizar los costos e insumos incurridos para la prestación del servicio a continuación se presenta un cuadro de los mismos, con una utilidad requerida del 75%:

CUADRO Nº15

COSTO MATERIA PRIMA (6MESES)		
COSTO PROMEDIO DE PEINADO		
COSTO DE UTENSILIOS (VER ANEXO N°4)		279
N° DE CLIENTAS SEGUN LA CAPACIDAD INSTALADA		1440
		0,19
COSTO PROMEDIO DE MAQUILLADO		
COSTO DE UTENSILIOS (VER ANEXO N°4)		2058
N° DE CLIENTAS SEGUN LA CAPACIDAD INSTALADA		1440
		1,43
COSTO PROMEDIO DE MANICURE PEDICURE		
COSTO DE UTENSILIOS (VER ANEXO N°4)		537
N° DE CLIENTAS SEGUN LA CAPACIDAD INSTALADA		1440
		0,37
TOTAL		**2,00**
COSTO DE MANO DE OBRA (6MESES)		
		16138,2
ESTILISTA	9002,4	
MANICURISTA PEDICURISTA	7135,8	
N° DE CLIENTAS SEGUN LA CAPACIDAD INSTALADA		1440
TOTAL		**11,21**
GASTOS DE FABRICACION (6MESES)		
GASOLINA		580
SERVICIOS BASICOS		150
N° DE CLIENTAS SEGUN LA CAPACIDAD INSTALADA		1440
TOTAL		**0,51**
COSTO TOTAL PROMEDIO DEL SERVICIO		13,72
82,5% DE UTILIDAD REQUERIDA		10,27

	$25

Elaborado por las autoras.

Luego de un estudio de precios en base al estudio mercado, a un análisis de precios y un análisis de costos, se ha decidido que el precio del servicio será de $ 25 dólares, por un combo de peluquería que busca la satisfacción total de la clienta, con un servicio de profesionalismo y calidad y lo más importante, a domicilio, ahorrando tiempo y en la comodidad del hogar.

2.3.4 Análisis de comercialización

La peluquería tendrá como nombre TE PEINO EN CASA, ya que esta palabra hace mención a que el servicio es estrictamente a domicilio, facilitando así a las mujeres de hoy a que con una simple llamada puedan tener en su casa el personal de belleza, el mismo que al satisfacer su necesidad de cuidado de imagen personal ahorrara su limitado tiempo.

Todo esto acompañado de personal estrictamente seleccionado y capacitado, es la combinación perfecta para que las clientas se sientan atraídas y con la necesidad del servicio.

El logotipo que se va a optar para el servicio, en su imagen tiene que expresar la calidad de lo que se va ofrecer, siendo llamativo no por sus colores, sino por el contexto en general, y por esta razón se ah escogido el que les presentamos a continuación:

GRAFICO Nº6

Elaborado por las autoras.

Con el fin de informar sobre y estimular la compra del servicio la publicidad es de gran ayuda es ya que es una herramienta que disponen todas las empresas para darse a conocer en el mercado, en tal virtud TE PEINO EN CASA demanda utilizar diferentes medios de comunicación mas populares dentro de la ciudad de Cuenca (radios, periódicos, principales redes sociales, etc.) De esta manera desde el primer momento llegar a introducirnos en la mente del consumidor.

El combo incluye:

GRAFICO Nº7

MAQUILLAJE

FUENTE: http/limacallao.oxl.com.pe.

GRAFICO Nº8

PEINADO

FUENTE: http://www.mujerdeelite.com/moda/

GRAFICO Nº9

MANICURE

FUENTE: http://www.todomanosypies.com.

GRAFICO Nº10

PEDICURE

FUENTE: http://www.beautythroughstrength.com.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO.

Con el estudio técnico se pretende hacer un análisis del proceso utilizado para la prestación del servicio incluyendo aspectos como: materia prima, mano de obra, utensilios necesarios, inversión requerida, tamaño y localización óptima, y costos de inversión y operación.

3.1 ANALISIS Y DETERMINACION DE LA LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO.

3.1.1 MACROLOCALIZACION: También conocida como macro zona, tiene como finalidad encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

3.1.2 MICROLOCALIZACION

Para la prestación del servicio se contará con un local ubicado en un lugar de la ciudad, que facilite la movilización dentro la zona urbana de Cuenca que es el mercado objetivo del proyecto. La oficina desde la cual se realizarán las operaciones de logística estará ubicada en la Av. 10 de Agosto 8-75, y Roberto Crespo, Edificio la "Magdalena", local de propiedad de una de las socias del negocio.

3.2 ANALISIS Y DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO.

"El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera optimo cuando opera con los menores costos totales a la máxima rentabilidad económica"[6].

Por medio de este análisis se determinara algunas restricciones que se podrían generar en el transcurro del proyecto, ya que se tiene que buscar armonía en lo que es la demanda el capital y tecnología.

El tamaño óptimo para el proyecto es de 2880 clientas que serán atendidas en un año, como se explicó en los cuadros 9 y 10.

3.3 ANALISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE SUMINISTROS E INSUMOS.

Con el fin de determinar cuáles son los suministros e insumos precisos para la realización y prestación del servicio es necesario realizar un análisis de cada una de las etapas del proceso de servicio para así establecer los utensilios y personal óptimo.

[6]BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Mc Graw- Hill Interamericana, Mexico2008.

CUADRO Nº16

TE PEINO EN CASA	
ACTIVOS FIJOS	
CANTIDAD	**DESCRIPCION**
1	VEHICULO AVEO

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº17

TE PEINO EN CASA	
MUEBLES DE OFICINA	
DESCRIPCION	**CANTIDAD**
ESCRITORIO	**1**
MUEBLE DE DESPENSA	**2**
SOFA(3 PERSONAS)	**1**
SILLA GIRATORIA	**2**
TELEVISION 36 PULGADAS	**1**

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº18

TE PEINO EN CASA	
PEINADO	
UTENSILIOS	
CEPILLOS	18
PEINILLA	18
SILICONA	9
FIJADOR	9
INVISIBLES	9
PLANCHAS	4
SECADORAS	4

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº19

TE PEINO EN CASA	
MAQULLAJE	
UTENSILIOS	**CANTIDAD**
BASE	18
POLVO	18
DELINEADOR DE OJOS	18
PESTANAS INDIVIDUALES	18
RIMEL-MASCARA	12
DELINEADOR DE LABIOS	12
LAPIZ DE LABIO	30
BLUSH	12
SOMBRAS	18 TABLETAS

Elaborado por las autoras.

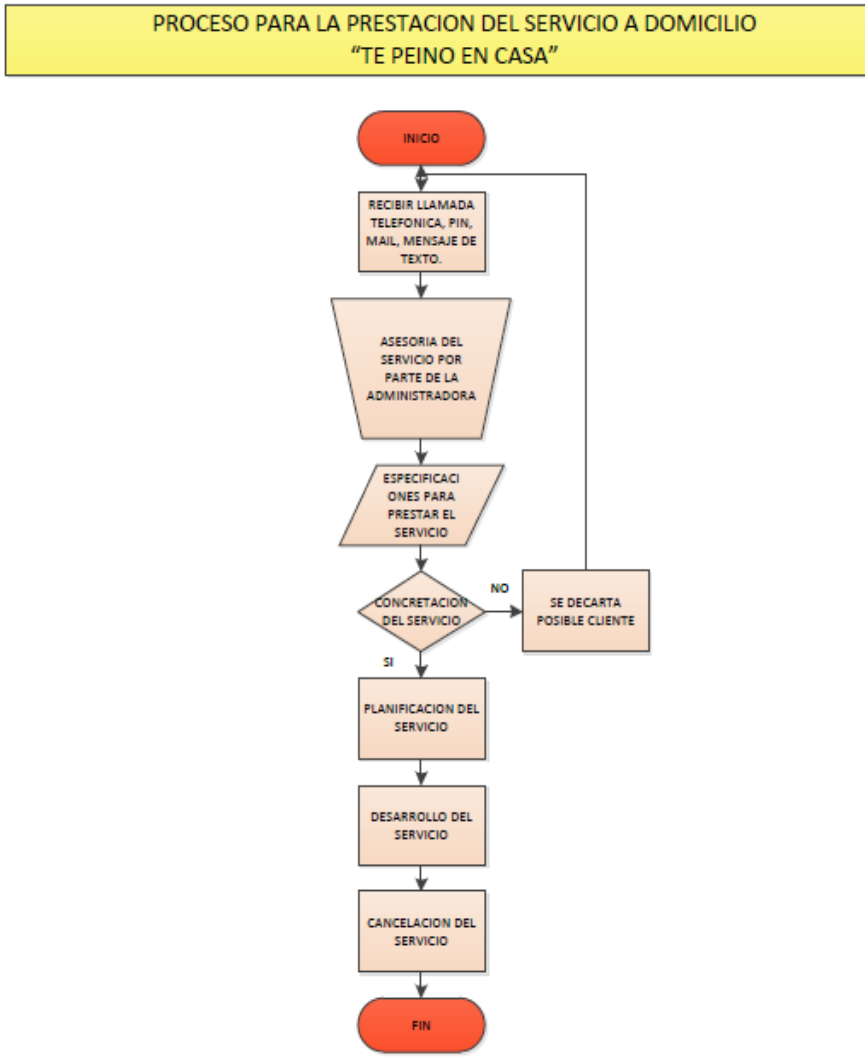
CUADRO Nº20

TE PEINO EN CASA	
MANICURE – PEDICURE	
UTENSILIOS	**CANTIDAD**
RECIPIENTE GRANDE	12
RECIPIENTE PEQUEÑO	12
TOALLA	24
REMOVEDOR DE CUTICULA	6
PIEDRA POMES	12
CREMA HIDRATANTE	12
SEPARADOR DE DEDOS MANOS	12
SEPARADOR DE DEDOS PIES	12
LIMA DE UNAS	24
ESMALTES	150

Elaborado por las autoras.

Todos los utensilios necesarios para la prestación del servicio serán adquiridos en el mercado local, ya que en su totalidad se los encuentra en la ciudad y por lo tanto no se tendría inconveniente alguno con lo que respecta a los proveedores, el principal proveedor será "IMPORTADORA OCHOA", ya que este local tiene un gran surtido en productos de belleza, manicure y pedicure y se encuentra en el centro de la ciudad.

3.4 IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DEL PROCESO.

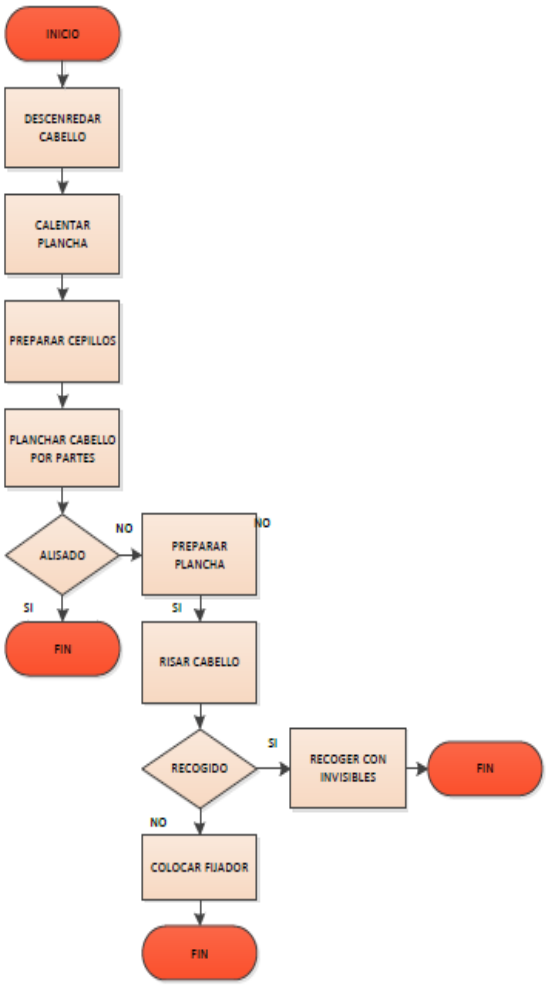


DESCRIPCION DEL PROCESO PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO A DOMICILIO.

El inicio del servicio será cuando se manifieste la necesidad mediante una llamada telefónica , un mail (tepeinoencasa@hotmail.com), un mensaje de texto, un pin, de la clienta, la misma que recibirá asesoría del servicio por parte de la secretaria, se

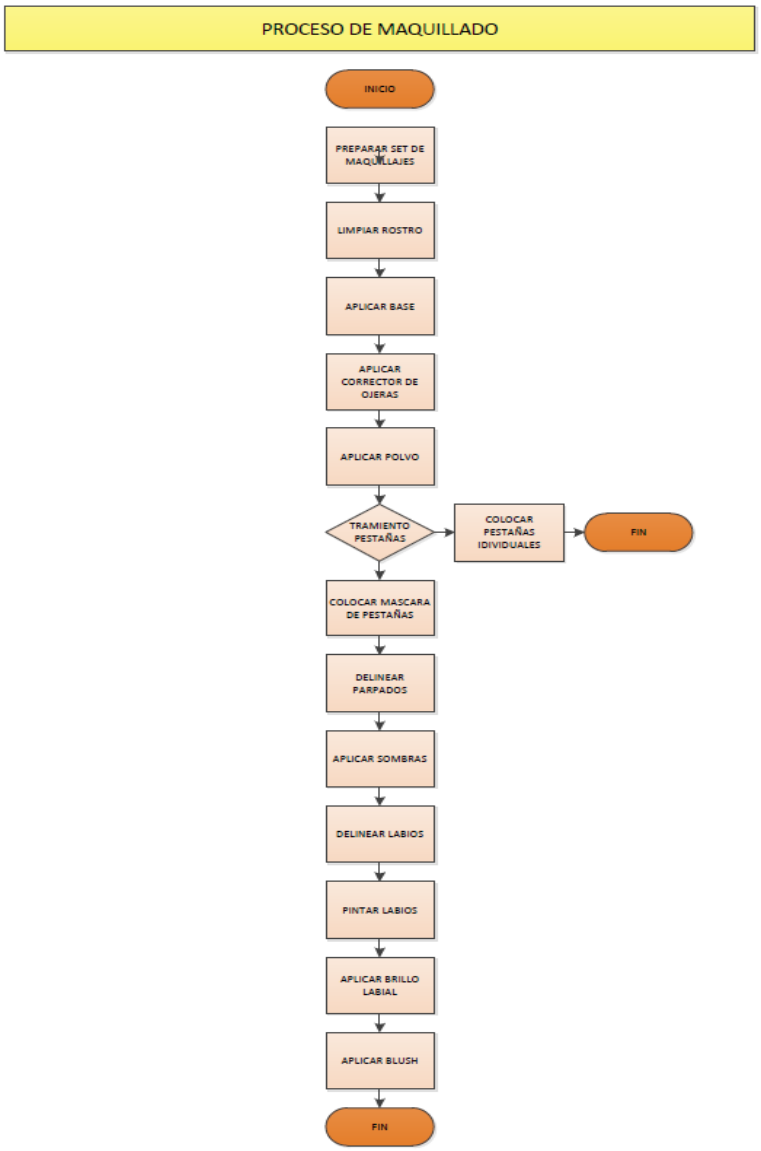
receptara especificaciones del servicio (como la dirección, fecha, y hora),si este se concreta, la secretaria administradora se encargara de la planificación, desarrollo, cancelación y control del servicio; y en el caso de que NO se defina la contratación del servicio se descartara a la posible clienta.

DIAGRAMA DE PROCESO PARA EL PEINADO



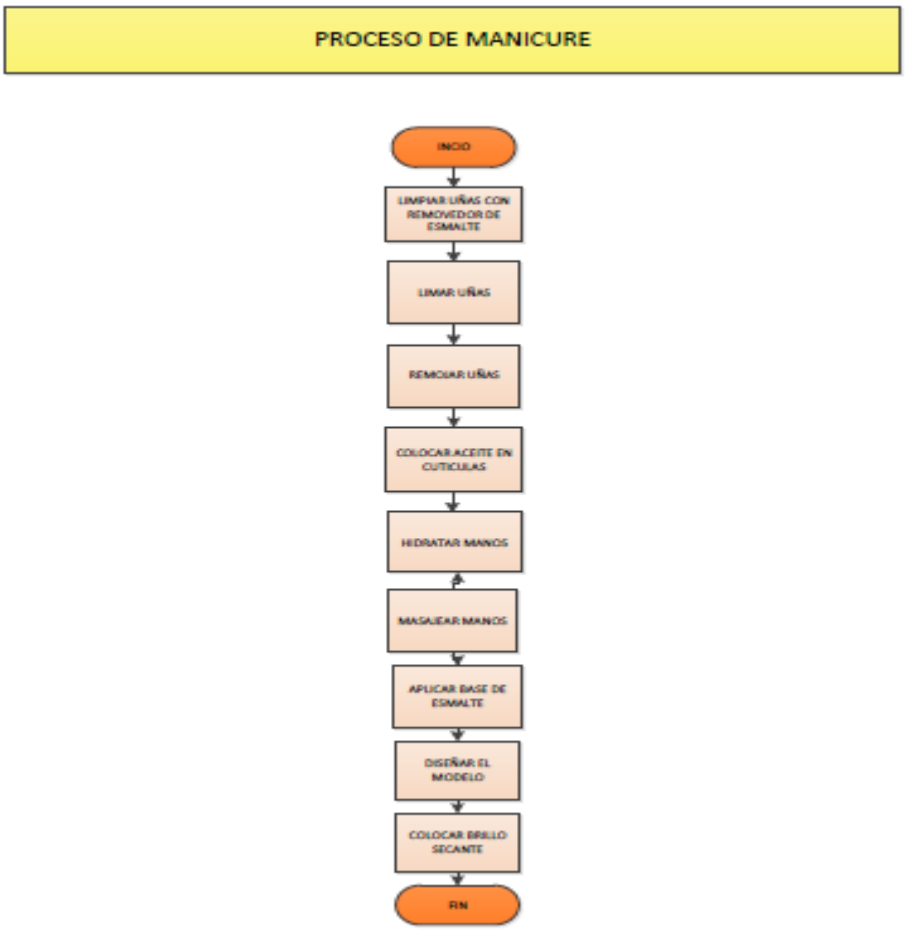
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL PEINADO.

En la concertación del servicio, se sugerirá a la clienta lavar el cabello, el proceso de peinado tiene como inicio desenredar el cabello de la clienta, calentar la plancha, preparar cepillos, (en caso de que se requiera se secará el cabello), se planchará el cabello por partes, hasta que quede completamente alisado, si no lo desea alisado se procederá a rizar e cabello por partes hasta darle forma, si lo desea recogido, se sujetara el cabello con invisibles y para finalizar se colocará fijador.



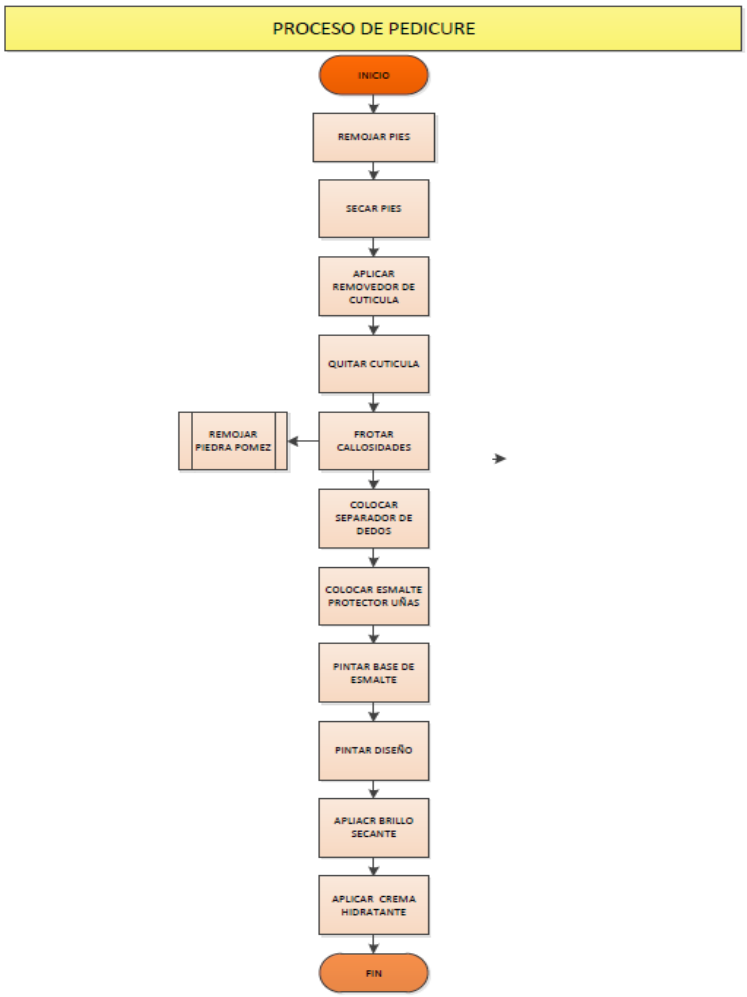
DESCRIPCION DEL PROCESO DEL MAQUILLADO.

Para iniciar el proceso de maquillado se verificará que el set de maquillaje este completo, después se procederá a limpiar el rostro de la clienta, una vez listo se aplicara uniformemente la base, corrector de ojeras y el polvo, si desea el tratamiento de pestañas se colocaran estas una a una, por consiguiente se aplicara la máscara en las pestañas, se difuminara los parpados y se colocara las sombras, una vez terminados los ojos se definirán los labios y se aplicara el labial con un toque de brillo, para finaliza se colocara el blush y el proceso se dará por terminado.



DESCRIPCION DEL PROCESO DEL MANICURE.

Para iniciar este proceso se limpia las uñas con removedor de esmalte mojado en un algodón, las mismas que se liman y se cortan en caso de ser requerido, luego se remojan y se secan uñas y manos, seguido de esto se coloca aceite en cutículas para que puedan ser removidas, se las hidrata y se coloca esmalte protector de ajo, mientras este se seca la cliente escogerá modelos y colores del diseño a pintar, se coloca la base del esmalte y se pinta el diseño escogido, y para terminar se coloca brillo secante.



DESCRIPCION DEL PROCESO DEL PEDICURE.

Para iniciar el proceso de pedicure se comienza por remojar los pies, luego se procede a secarlos, se aplica removedor de cutículas y se procede a quitarlas, se frota las callosidades, después se coloca separador de dedos, se aplica esmalte de ajo protector de uñas en lo que se espera que se seque por completo la clienta escoge los colores y modelos a su gusto con una asesoría de nuestro personal, se aplica el color de base de esmalte y luego se pinta el diseño, acabado el mismo se coloca brillo secante, y finalmente se hidrata los pies.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.

En este estudio se pretende coordinar los esfuerzos y administrar los recursos de la manera más eficiente, con el fin de lograr los objetivos planteados. A continuación se desarrollara la definición del rumbo estratégico, de la estructura organizacional, de los perfiles de cargos y por último los aspectos legales de la empresa

4.1. DEFINICION DE RUMBO ESTRATEGICO.

4.1.1. MISION.

Satisfacer expectativas de nuestras clientas ofreciendo un servicio de peluquería personalizado excelente en calidad y exclusivo en la comodidad de su propia casa, logrando un cambio integral de cuidado personal de acuerdo a sus necesidades de verse y sentirse bien todo el tiempo.

4.1.2. VISION.

Ser reconocidos en la ciudad de Cuenca como la mejor y única peluquería con servicio de calidad y profesionalismo a domicilio.

4.1.3. OBJETIVOS ESTRATEGICOS.

- Alcanzar la aceptación en el mercado dándonos a conocer mediante la implementación de publicidad estratégica que nos permita llegar a las clientas y de esta manera una gran acogida.

- Establecer una relación sólida con nuestras clientas logrando su fidelidad.

- Ofrecer un servicio a domicilio de alta calidad y profesionalismo.

4.1.4. VALORES.

- **Servicio:** Nos distinguiremos por ofrecer un servicio exclusivo y muy necesario en la gran comodidad de tu casa dispuesta a satisfacer sus necesidades**.**
- **Puntualidad:** comprometer al personal a respetar y valorar el valioso tiempo de nuestras clientas, con citas planeadas y organizadas con tiempo de anterioridad.
- **Profesionalismo:** contar con un grupo de profesionales altamente preparados con años de experiencia, trabajando en equipo con el objetivo de prestar un servicio satisfactorio.
- **Calidad:** servicio será con utensilios, maquillaje, esmaltes de buena calidad.
- **Innovación:** Ofrecer un servicio nuevo y novedoso preocupados por el mejoramiento continuo para la total satisfacción de las clientas.

4.2.DEFINICION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

4.3.DEFINICION DE PERFILES DE CARGO.

La descripción de cargos consiste en un proceso de enumerar actividades, tareas, responsabilidades y deberes que lo conforman con el objetivo de lograr el óptimo desarrollo de las mismas, definen las relaciones de dependencia entre los diferentes niveles de la organización.

Se considera que para la prestación del servicio se necesitara un total de 9 personas que conformaran el talento humano.

CUADRO Nº21

CARGO	GERENTE ADMINISTRADOR
FORMACION ACADEMICA	Título: Ingeniero comercial
EDAD	Mayor a 24 años
SEXO	Sexo: Masculino/Femenino.

EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 2 años en labores y responsabilidades similares
CONOCIMIENTO	Alto conocimiento de administración de equipos.
	Análisis financiero y de mercados.
	Manejo de equipo de trabajo
	Conocimientos en relaciones humanas
	Técnicas de oficina
FUNCIONES	Receptar y planificar el servicio.
	Representar legalmente a la empresa
	Elevada orientación al resultado y cumplimiento de objetivos.
	Con carácter y capacidad para tomar decisiones en situaciones de estrés.
	Manejo y organización de la agenda del talento humano.
	Elevada orientación al resultado y cumplimiento de objetivos.
	LIDER, capaz de asumir responsabilidad.
	Revisión y control de compras locales, inventarios.
	Capacitar y motivar al personal.
	Controlar la eficiencia y la calidad del servicio.
SEXO	Femenino.
EDAD	Mayor de 18 años.
EXPERIENCIA	Mínimo de un año.
CONOCIMIENTOS	Titulo certificado por una escuela de belleza.
	Secundaria.
	Conocimientos en asesoría personal.
	Experta en técnicas de maquillaje.
FUNCIONES	Peinar y maquillar a las clientas.
	Proporcionar sabios consejos adaptados y personalizados a la

	morfología de la clienta.
	Diseñador creativo de peinado de cabello.
	Innovador y creador de nuevas tendencias y técnicas.
	Prestar sus servicios de maquillado y peinado de manera personalizada.
	Preparar sus dependencias, equipo y material.
	Interesarse por satisfacer las necesidades del servicio.
SEXO	Femenino
EDAD	Mayor a 18 años
EXPERIENCIA	Experiencia calificada mínima de un año.
CONOCIMIENTOS	Estudios Secundarios
	Titulo certificado por una escuela de belleza.
	Contar con seminarios y/o cursos de belleza.
FUNCIONES	Realizar manicure y pedicure a las clientas.
	Alta creatividad en diseño de uñas.
	Innovar y crear nuevas tendencias y técnicas en uñas.
	Mantener buena presencia
	Preparar sus dependencias, equipo y material.
	Interesarse por satisfacer las necesidades del servicio.
EDUCACION	Educación Secundaria.
SEXO	MASCULINO.
EDAD	Edad entre 21 a 40 años.
EXPERINCIA	Experiencia mínimo de un año.
CONOCIMIENTOS	Formación en relaciones humanas.
	Conocimientos de mecánica.
	Mantener vigente licencia de chofer

FUNCIONES	Encargado de movilizar a estilitas y manicuristas al domicilio de las clientas.

4.4.ASPECTOS LEGALES CONSTITUCION EMPRESA.

Estudio que pretende coordinar los esfuerzos y administrar los recursos de la manera más eficiente con el fin de lograr los objetivos planteados. También incluye el marco legal, normas, regulaciones, establecer una estructura organizacional y aspectos de talento humano requerido para el proyecto.

4.4.1. TIPO DE EMPRESA.

Empresa artesanal ya que es en donde se utiliza principalmente la habilidad manual, e intelectual y es apoyado con algún equipo o máquina y cuyo resultado es un objeto tangible.

Es una empresa privada: Debido a que cuenta con un capital total o mayoritario que pertenece solo a personas particulares.

Es una Empresas de hecho: Ya que se constituye sin necesidad de cumplir ninguna solemnidad para su constitución y se realizan actividades de comercio permitidas por la ley. No obstante necesitamos cumplir con ciertos requisitos para su funcionamiento como el RUC y la Patente Municipal.

REQUISITOS PARA SU CONSTITUCIÓN*:*

Las empresas de hecho, para su constitución no requieren cumplir requisito alguno.

REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO:

Ya que es una empresa de hecho, para su funcionamiento se requiere cumplir requisitos como todas las demás empresas.
Para el Funcionamiento todas las empresas deben cumplir con los requisitos básicos, sean éstas de derecho o de hecho.

- Registro Único de Contribuyentes;
- Patente;
- Dependiendo de la actividad, requiere del permiso sanitario y otros.

4.4.3.1. REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

REQUISITOS GENERALES

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

  - Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
  - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.

- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de 30 días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

4.4.3.2IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES

1. En la Dirección de Control Municipal en el departamento de Higiene para solicita a una persona encargada a que inspeccione el lugar a localizar el negocio, aunque este se va a especializar en el servicio a domicilio, se contara con un local físico donde se podrán acercar las clientas para solicitar información y donde se manejara una base de datos de todas las clientas e incluso para que puedan realizar citas previas para su atención.

2. Si el lugar cumple con los requisitos establecidos, el inspector procede a dar su aprobación para posteriormente obtener el permiso de funcionamiento.

Este será un permiso municipal obligatorio, un tributo no vinculado, de carácter indirecto ya que grava el ejercicio habitual de cualquier tipo de actividad económica independientemente de su titular, que debe cumplirse ante el respectivo municipio por períodos mensuales y anuales.

Dicho trámite se realizará en la Dirección Financiera Municipal.

4.4.3.3 REQUISITOS PARA LA PATENTE

PERSONA NATURAL.- Para comenzar con este negocio y como la empresa es de persona naturales necesitarán los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de las 2 hojas del RUC o RISE.
- ✓ Copia del predio urbano (Si es arrendado pedir al dueño de del local o casa).
- ✓ Copia de la cedula de identidad.
- ✓ Copia del certificado de votación 14/Junio/2009.
- ✓ Comprar formulario "Declaración de Capital para el pago de impuestos y obtención de la Patente Municipal" en la ventanilla #11 de Tesorería Municipal.
- ✓ Presentar copia legible de la Cédula ó RUC actualizado.
- ✓ Presentar copia de la calificación artesanal actualizada emitida por la JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO. (Artesanos).
- ✓ Llenar el formulario a máquina o con letra clara.
- ✓ Adjuntar a la declaración todos los requisitos indicados y acercarse a las ventanillas de Rentas Municipales para la respectiva emisión del Título de Crédito.
- ✓ Cancelar en ventanillas de Tesorería Municipal el correspondiente valor del impuesto causado.
- ✓ No se aceptará documentación ilegible, incompleta o con borrones.

NOTA TARIFA DE LA PATENTE.-La tarifa del impuesto de patente, de conformidad con el Art. 383 de la Ley Orgánica de régimen Municipal, no podrá ser menor a US $ 10,00 ni mayor a US $ 5.000,00, y será el valor que resulte de la aplicación de una tabla emitida por el municipio de Cuenca.

En caso de los afiliados al gremio artesanal el impuesto será de $10 y los no afiliados el impuesto será de $40 dólares americanos.

De 400.00 a 2,500.00.
Impuesto sobre fracción básica: 10.00%.
Impuesto sobre fracción excedente: 1.00%.

4.4.3.4. REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN ARTESANAL

Para obtener la calificación o recalificación, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

Documentos necesarios:

1. Copia del título o acta de grado de Maestro de Taller.
2. Copia del carné actualizado de afiliación al gremio o asociación de artesanos que Corresponda, si el solicitante tiene menos de 65 años de edad.
3. El formulario y recibo de pago del certificado de calificación o recalificación.
4. Copia de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación.
5. Declaración juramentada de ejercer la artesanía, para artesanos autónomos, y
6. En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.
7. La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

8. Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

4.4.3.5. EL BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS

Para conseguir los permisos por parte de la Ilustre Municipalidad de Cuenca y el Benemérito Cuerpo de Bomberos se necesita:

- Copia de la factura de compra o recarga de extintores a nombre del Propietario.
- Inspección de este departamento de las instalaciones y de seguridad contra incendios.
- El propietario deberá cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC y copia del permiso de emplazamiento ó licencia de uso de Suelo.

FUENTE DE INFORMACION.- Acudir al cuerpo de bomberos para poder adquirir información sobre este permiso.

4.4.3.6 IEPI (INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL)

- Para obtener la certificación de la marca del producto, servicio y nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual se debe llenar una SOLICITUD DE BUSQUEDA DE SIGNOS DISTINTIVOS, el cual puede estar firmado por un abogado y/o un representante de la empresa.

- Dicho trámite tiene un costo de $4 por cada búsqueda fonética.

- El valor de la misma se deposita en la cuenta corriente del Banco de Guayaquil N° 626539-1, a nombre del IEPI.

- La papeleta de depósito se la lleva al IEPI junto con la solicitud llenada y se procede al trámite correspondiente.

Fuentes de Información.- *Toda la información aquí proporcionada es tomada de la página Web del INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL*.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO.

Una vez concluido el estudio técnico se podrá determinar un mercado potencial por cubrir y que tecnológicamente no existe impedimento para llevar a cabo el estudio. La parte del análisis económico pretende determinar el monto de los recursos económicos necesario para la realización del estudio, cual será el costo total de la operación, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del estudio, que es la evaluación financiera.

5.1.ANALISIS DE INVERSION.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.[7]

El siguiente análisis tiene como objetivo calcular el monto total de la inversión, es decir el dinero necesario para la puesta en marcha del negocio.

A continuación el detalle da todas las inversiones que se requerirán para el proyecto.

5.1.1. INVERSION FIJAS.

Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinas y equipos, etc.) necesarios para la realización del proyecto. [8]

[7]BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", McGraw- Hill Interamericana, México 2008.
[8]http:// www.mailxmail.com /curso-proyectos-inversión/inversión-financiamiento.

Vehículos: Para la puesta en marcha del proyecto se necesitara de 3 carros los que están valorados en 10.000 dólares cada uno.

CUADRO Nº22

TE PEINO EN CASA			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**PRECIO**	**TOTAL**
1	VEHICULO AVEO	10.000	10.000

Elaborado por las autoras.

Muebles y Enseres de oficina: La empresa necesitara una inversión de $540, en lo que respecta a los muebles, los mismos que se adquirirán en KIWI, todo lo que son teléfonos, celulares, estantes se compraran en Almacenes Pacheco Mora.

CUADRO Nº23

TE PEINO EN CASA			
MUEBLES DE OFICINA			
CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**PRECIO**	**TOTAL**
1	ESCRITORIO	160	160
2	MUEBLE DE DESPENSA	90	180
1	SOFA(3 PERSONAS)	120	120
2	SILLA GIRATORIA	40	80
TOTAL			**540**

Elaborado por las autoras.

Equipo de Computación: En lo que respecta al equipo de computación adquiriremos una máquina completa en el almacén "Si Compu", a un valor de $610.

CUADRO Nº24

TE PEINO EN CASA			
EQUIPO DE COMPUTACION			
CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**PRECIO**	**TOTAL**
1	COMPUTARORA	500	500
1	IMPRESORA	110	110
TOTAL			**610**

Elaborado por las autoras.

Equipos: en lo que pertenece a equipos de trabajo como plancha, secadoras, teléfono fijo y un BlackBerry serán necesarios que detallamos a continuación.

CUADRO Nº25

TE PEINO EN CASA			
EQUIPOS			
CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**PRECIO**	**TOTAL**
1	TELEFONO	60	60
1	BLACKBERRYS	210	210
4	PLANCHAS	110	440
4	SECADORAS	60	240
TOTAL			**950**

Elaborado por las autoras.

5.1.2. INVERSIONES DIFERIDAS.

Es aquella que no entra en el proceso productivo y que es necesaria para poner a punto el proyecto.[9]

Con respecto a las inversiones diferidas necesitamos un total de $640 que abarca gastos de constitución, permisos de funcionamiento, gastos de abogados para la constitución legal de la empresa.

CUADRO Nº26

TE PEINO EN CASA	
INVERSIONES DIFERIDAS	
GASTOS DE CONSTITUCION	310
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	130
TOTAL	640

5.1.3. ORIGEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. [10]

El capital de trabajo necesario para el inicio de actividades y manejo en 6 MESES es de $ 28069,94.

[9] http.//pymesfuturo.com.vpneto.htm.

[10] http://definicion.de/capital-de-trabajo/

CUADRO Nº27

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	**MENSUAL**	**SEMESTRAL**
INVENTARIO MATERIALES DIRECTOS (ANEXO N°4)		2874
SUELDOS Y SALARIOS (ANEXO N°6)	3725,10	22350,60
GERENTE ADMINISTRADOR	622,76	
ESTILISTAS	1500,45	
MANUQUIRISTA PEDICURISTA	1189,27	
CHOFER	412,64	
SUMINISTROS DE OFICINA	40	240
SERVICIOS BASICOS	25	150
GASTOS DE VENTA (PUBLICIDAD)	80	480
GASTOS FINANCIEROS (ANEXO N°5)		1393,23
GASTOS DE MANTENIMIENTO	97	582
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO 6 MESES		$28069,94

Elaborado por los autoras.

La inversión total del proyecto es de $49.609,94 capital que se necesitara para llevar a cabo el proyecto.

CUADRO Nº28

"TE PEINO EN CASA "		
TOTAL INVERSION		
INVERSIÓN TOTAL	**49.609,94**	**100%**
INVERSIÓN FIJA	12.100,00	29,80%
INVERSION DIFERIDA	440,00	1,08%
CAPITAL DE TRABAJO	28069,94	69,12%

Elaborado por los autoras.

En base a las inversiones necesarias para el proyecto y la vida útil de los principales elementos, a continuación se detalla el siguiente cuadro de depreciaciones y amortizaciones tanto en inversiones fijas tangibles e inversiones fijas intangibles.

CUADRO Nº29

PROYECTO "TE PEINO EN CASA"								
CUADRO DE DEPRECIACIONES DE INVERSIONES FIJAS TANGIBLE								
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	**VALOR**	**VIDA UTIL**	**% TASA DE DEP**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Equipos	950,00	10,00	10%	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
Vehículos	10.000,00	5,00	20%	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Equipos de Computación	610,00	3,00	33,33%	203,33	203,33	203,33		
Muebles y Enseres	540,00	10,00	10%	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
TOTALES	**12.100,00**			**2.352,33**	**2.352,33**	**2.352,33**	**2.149,00**	**2.149,00**

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº30

PROYECTO "TE PEINO EN CASA"									
CUADRO DE AMORTIZACIONES DE INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES									
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	**VALOR**	**VIDA UTIL**	**TASA DE AMORTIZACIÓN**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**TOTAL AMORTIZACIONES**
Gastos de Constitución	310,00	1,00	20%	62,00	62,00	62,00	62,00	62,00	310,00
Permisos de Funcionamiento	130,00	1,00	20%	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	130,00
TOTALES	**440,00**			**88,00**	**88,00**	**88,00**	**88,00**	**88,00**	**440,00**

Elaborado por las autoras.

5.2. ANALISIS DE FINANCIAMIENTO.

Los socios de la Peluquería para cubrir la inversión inicial deben buscar fuentes de financiamiento las mismas que sean las adecuadas para cubrir las necesidades de este proyecto.

La inversión total que se necesitará para poner en marcha la empresa es de $40.609,94 se contara con recursos propios de $ 22609,94 valor que se dividirá para los4 socios. (VER ANEXO Nº5), por lo tanto se necesitará un financiamiento externo de $18000, para el cual se hará un préstamo a la JEP cooperativa ecuatoriana a una tasa 16% anual con un plazo de 4 años 6 mese, a pagos mensuales. (VER ANEXO Nº6).Es decir que se cuenta con un 55,68% de financiamiento propio, y el 44,42% estará financiado por fuentes externas.

CUADRO Nº31

"TE PEINO EN CASA "		
CÁLCULO DEL FINANCIAMIENTO		
FINANCIAMIENTO TOTAL	**40.609,94**	**100%**
FINANCIAMIENTO PROPIO	22.609,94	55,68%
FINANCIAMIENTO EXTERNO	18.000,00	44,42%

Elaborado por las autoras.

5.3.ANALISIS DE INGRESOS

Los ingresos serán obtenidos por la venta del servicio que ofrece la peluquería, que la misma que tratara de incrementar las ventas de la siguiente manera:

- Realizar un plan de marketing y publicidad adecuada para ganar una participación en el mercado.
- Capacitación y motivación adecuada del personal, para brindar un excelente servicio.
- Ofreciendo precios accesibles.

5.3.1. PROYECCION DE LOS INGRESOS.

Según el estudio de mercado realizado, el análisis de competencia, y el análisis de costos, el precio del servicio se estableció en $25 dólares. A continuación se elabora un cuadro con la proyección de los ingresos en función de la demanda obtenida en el estudio de mercado y el precio con la inflación proyectada para los próximos 5 años que son la vida útil del proyecto. Para los cálculos se tomarán los porcentajes de la tasa de inflación proyectada previsto para los años 2012 – 2015 establecido por el Banco Central del Ecuador y para el año 2016 período hasta el cuál se analizará este proyecto, será calculado por el método de los mínimos cuadrados para mantener una tendencia real. **(VER ANEXO N°9)**

CUADRO Nº32

TE PEINO EN CASA				
	PROYECCION INGRESOS			
ANO	**%INFLACION**	**PRECIO ($)**	**PROYECCION DEMANDA**	**INGRESOS**
1		25	2880	72000
2	3.82%	25.96	2978	77294
3	3.75%	26,93	3075	82805
4	3.67%	28.23	3173	88579
5	4.77%	29.27	3271	95671

Elaborado por la autoras

5.4.ANALISIS DE EGRESOS

En la siguiente tabla se detallan los costos tanto administrativos como de operación, publicidad y mantenimiento para el primer año de operaciones de la peluquería a domicilio, para los próximos cuatro años se realizara una proyección en función de la tasa de inflación actual.

5.4.1. PROYECCION DE LOS EGRESOS

Para proyectar los gastos los próximos 5 años planteados como horizonte del proyecto, se tomara en cuenta la tasa de inflación proyecta dato otorgado por el Banco Central factor importante que afectará a los egresos del proyecto en los próximos años [11]

A continuación se presenta la proyección de los egresos:

CUADRO Nº33

TE PEINO EN CASA	
CUADRO DE EGRESOS	
COSTO DE PRODUCCION (ANEXON°4)	5748
GASTOS OPERACIONALES	
SUEDOS Y BENEFICIOS SOCIALES (ANEXO N 8)	44701,42
SERVICIOS BASICOS	300
MANTENIMIENTO (ACEITE GASOLINA AUTO)	1164
GASTOS ADMINISTRACION	
SUMINISTROS DE OFICINA	480
GASTOS DE VENTAS	
PUBLICIDAD	960
GASTOS FINANCIEROS	
INTERESES	2668,57
TOTAL EGRESOS	**56021,99**

Elaborado por las autoras.

[11] http://www.bce.fin.ec/

CUADRO Nº34

TE PEINO EN CASA		
PROYECCION EGRESOS		
2012		56021,99
2013	3.82%	58162,03
2014	3.75%	60343,11
2015	3.67%	62557,70
2016	4.77%	65541,70

Elaborado por las autoras.

5.5.ANALISIS DE RENTABILIDAD

Se dice que una empresa es rentable cuando genera suficiente utilidad o beneficio, es decir cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como aceptable. Pero lo correcto al momento de evaluar la rentabilidad de una empresa es evaluar la relación que existe entre sus utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que ha utilizado para obtenerlos.[12]

A continuación un se realizará un análisis de la rentabilidad del proyecto mediante elementos útiles.

5.5.1 FLUJO DE EFECTIVO.

El flujo de efectivo es un análisis financiero que ayuda al inversionista a la evaluación y administración del riesgo, con el objetivo de evitar imprevistos que provoquen pérdidas económicas a futuro. A continuación se presenta un flujo de efectivo del proyecto.

[12]http://www.crecenegocios.com/la-rentabilidad-de-una-empresa/1q

CUADRO Nº35

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		72000	77294	82805	88579	95671
COSTO DE VENTAS		2874	6026	6187	6491	6729
MARGEN BRUTO		69126	71268	76618	82088	88942
GASTOS OPERACIONALES						
SUEDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		22350,71	45674,70	46666,64	49916,44	50940,34
SERVICIOS BASICOS		150,00	311,46	323,14	335,00	350,98
MANTENIMIENTO (ACEITE GASOLINA AUTO)		582	1220,45	1266,11	1314,50	1362,74
GASTOS ADMINISTRACION						
SUMINISTROS DE OFICINA		240,00	498,33	517,02	535,99	561,56
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD		480	996.67	1034,05	1072,00	1123,13
TOTAL DE GASTOS		**23802,71**	**47704,94**	**49806,96**	**53173,93**	**54338,75**
UTILIDAD OPERACIONAL		45323,29	23563,06	26811,46	28914,29	34603,27
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES		1275,34	2157,23	1557,80	855,10	219,28
UAII		44047,95	21405,83	25253,66	28059,19	34383,99
15% TRABAJADORES		6607,19	3210,87	3788,05	4208,88	5157,60
		37440,76	18194,95	21465,61	23850,31	29226,39
24% IMPT RENTA		8985,782	4366,789	5151,7471	5724,07518	7014,3334
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		28454,98	13828,16	16313,87	18126,24	22212,06
DEPRECIONES		2352,33	2352,33	2352,33	2149	2149
INV. INICIAL.	(40.609,94)					
FLUJO NETO DE CAJA	(40.609,94)	**30807,31**	**16180,50**	**18666,20**	**20275,24**	**24361,06**
VAN	**$ 26.669,44**					
TIR	**49,76%**					

Elaborado por las autoras.

5.5.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Se considera el Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto, como uno de los principales elementos de evaluación, para el cálculo de este indicador financiero se estableció una tasa de descuento del 20%, que es el rendimiento exigido por los inversionistas.

El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial.

DECISIÓN A TOMAR:

CUADRO Nº36

RESULTADO	DECISIÓN
Positivo (VAN > 0)	Se acepta
Nulo (VAN = 0)	Indiferente
Negativo (Van < 0)	Se rechaza

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº37

		Flujos de Caja				
		Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión	-40.609,94	30.807,31	16.180,50	18.666,20	20.275,24	24.360,97
Tasa	20%	**Flujos Valor Actual**				
VAN	26.669,,44	25672,76	11236,46	10.802,20	9.777,80	9.790,13
TIR	49,76%					
Pay-Back	2años y 5 meses		**Acumulado 2do año**		36.909,22	

9.790,13	12 meses
3700,72	x
	5 meses

Una vez elaborado el flujo de efectivo CUADRO Nº30, y después de obtener una VAN de $26669,44 siendo este mayor a 0, se acepta el proyecto.

5.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno TIR es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa e rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como tasa critica de rentabilidad cuando se compara con lasa tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.[13]

[13] http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm

DECISIÓN A TOMAR

CUADRO Nº38

RESULTADO	DECISIÓN
Positivo (TIR > 20%)	Se acepta
Nulo (TIR = 20%)	Indiferente
Negativo (TIR < 20%)	Se rechaza

Elaborado por las autoras.

Luego de haber realizado el análisis y estudio de la VAN es recomendable no basarse en este único resultado para tomar una decisión, para lo cual para el proyecto de "TE PEINO EN CASA" se realizara también el cálculo de la TIR, evaluación del proyecto que se toma como referencia la tasa de descuento esta es de 20%, y como se presenta En el CUADRO N ° 28la tasa interna de retorno es de 49,76%, pues se acepta el proyecto, ya que la tasa interna de retorno es mayor a la de descuento.

5.4.4. PAY BACK.

Pay Back índice financiero que tiene como objetivo indicar el periodo de recuperación de capital., según el análisis del CUADRO N°32 la recuperación de la inversión se obtendrá a partir del primer año con 11 meses.

5.4.5. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad o de escenarios permite cambiar ciertas variables para analizar los cambios de la VAN, TIR y Pay Back como resultado de estos.

Para lo cual se propone 2 escenarios:

- **OPTIMISTA:** para el análisis de sensibilidad se tomara como un primer escenario un incremento de los ingresos anuales del 10%. Los indicadores VAN, TIR y PAY BACK medirán la sensibilidad de la utilidad ante este cambio.

CUADRO Nº39

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		79200	85023	91086	97437	105238
COSTO DE VENTAS		2874	6026	6187	6491	6729
MARGEN BRUTO		76326	78997	84899	90946	98509
GASTOS OPERACIONALES						
SUEDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		22350,71	45674,70	46666,64	49916,44	50940,34
SERVICIOS BASICOS		150,00	311,46	323,14	335,00	350,98
MANTENIMIENTO (ACEITE GASOLINA AUTO)		582	1220,45	1266,11	1314,50	1362,74
GASTOS ADMINISTRACION						
SUMINISTROS DE OFICINA		240,00	498,33	517,02	535,99	561,56
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD		480	996.67	1034,05	1072,00	1123,13
TOTAL DE GASTOS		**23802,71**	**47704,94**	**49806,96**	**53173,93**	**54338,75**
UTILIDAD OPERACIONAL		52523,29	31292,46	35091,96	37772,19	44170,37
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES		1275,34	2157,23	1557,80	855,10	219,28
UAII		51247,95	29135,23	33534,16	36917,09	43951,09
15% TRABAJADORES		7687,19	4370,28	5030,12	5537,56	6592,66
		43560,76	24764,94	28504,04	31379,53	37358,42
24% IMPT RENTA		10454,58	5943,586	6840,9691	7531,08678	8966,0218
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		33106,18	18821,36	21663,07	23848,44	28392,40
DEPRECIONES		2352,33	2352,33	2352,33	2149	2149
INV. INICIAL.	(40.609,94)					
FLUJO NETO DE CAJA	(40.609,94)	**35458,51**	**21173,69**	**24015,40**	**25997,44**	**30541,40**
VAN	**$ 42.351,82**					
TIR	**65,02%**					

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº40.

		Flujos de Caja				
		Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión	-40.609,94	35458,51	21173,69	24015,4	25997,44	30541,40
Tasa	20%	**Flujos Valor Actual**				
VAN	42351,82	29548,76	14703,95	13897,801	12.537,35	12.273,90
TIR	65,02%					
Pay-Back	1 año y 11 meses.	**Acumulado**			28.694,60	

12.273,90	12 meses
11.061,18	x
	11 meses

Elaborado por los autoras.

El Valor Actual neto obtenido en el escenario optimista de la empresa es de $42351,82. La TIR obtenida es del 65,02%, según estos indicadores, el proyecto es viable para su aplicación puesto que genera rendimientos por arriba de la tasa esperada 20% y presenta un Pay Back de 1 año 11 meses.

- **PESIMISTA:** para este segundo e escenario se planteara que los ingresos anuales tienen una disminución del 10%. Los indicadores VAN, TIR y PAY BACK medirán la sensibilidad de la utilidad ante este cambio

CUADRO Nº41.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		64800	69565	74525	79721	86104
COSTO DE VENTAS		2874	6026	6187	6491	6729
MARGEN BRUTO		61926	63539	68338	73230	79375
GASTOS OPERACIONALES						
SUEDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		22350,71	45674,70	46666,64	49916,44	50940,34
SERVICIOS BASICOS		150,00	311,46	323,14	335,00	350,98
MANTENIMIENTO (ACEITE GASOLINA AUTO)		582	1220,45	1266,11	1314,50	1362,74
GASTOS ADMINISTRACION						
SUMINISTROS DE OFICINA		240,00	498,33	517,02	535,99	561,56
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD		480	996.67	1034,05	1072,00	1123,13
TOTAL DE GASTOS		**23802,71**	**47704,94**	**49806,96**	**53173,93**	**54338,75**
UTILIDAD OPERACIONAL		38123,29	15833,66	18530,96	20056,39	25036,17
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES		1275,34	2157,23	1557,80	855,10	219,28
UAII		36847,95	13676,43	16973,16	19201,29	24816,89
15% TRABAJADORES		5527,19	2051,46	2545,97	2880,19	3722,53
		31320,76	11624,96	14427,19	16321,10	21094,35
24% IMPT RENTA		7516,982	2789,991	3462,5251	3917,06358	5062,645
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		23803,78	8834,97	10964,66	12404,03	16031,71
DEPRECIONES		2352,33	2352,33	2352,33	2149	2149
INV. INICIAL.	(40.609,94)					
FLUJO NETO DE CAJA	(40.609,94)	**26156,11**	**11187,31**	**13317,00**	**14553,03**	**18180,71**
VAN	**$ 10.153,71**					
TIR	**31,98%**					

Elaborado por las autoras.

CUADRO Nº42.

		Flujos de Caja				
		Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión	(40.609,94)	**26156,11**	**11187,31**	**13317,00**	**14553,03**	**18180,71**
Tasa	20%	**Flujos Valor Actual**				
VAN	10153,71	20963,43	7768,97	7706,61	7.018,24	7.306,42
TIR	31,98%					
Pay-Back	3 años y 7 meses		**Acumulado**		36438,99	

7.306,42	12 meses
4.170,95	X
	7 meses

Elaborado por las autoras.

El Valor Actual neto obtenido en el escenario pesimista de TE PEINO EN CASA presenta un VAN de 10153,71 La TIR de 31,98 %, se puede observar claramente que la TIR está por encima de la tasa exigida por los accionistas que es el 20 % En este escenario el periodo de recuperación incrementa a 3 años, 7 meses.

.

CONCLUSIONES

- Una vez realizado el proyecto de factibilidad para la creación del proyecto "TE PEINO EN CASA" que ofrecerá servicio de peinado, maquillaje, manicure y pedicure a domicilio, se ha llegado a la conclusión de que este servicio es factible gracias a la investigación y estudios de mercado, técnico, administrativo legal y económico financiero.
- Una vez desarrollado el estudio de mercado se puede concluir que el proyecto tiene una gran aceptación por parte de las consumidoras ya que los resultados arrojados por las encuestas nos indican que a un 91% aceptan que la peluquería brinde este servicio a domicilio.
- En lo que respecta al estudio Técnico se llegó a determinar la adecuación del proyecto, la localización óptima y los equipos y herramientas necesarios para el funcionamiento del local.
- En el estudio administrativo legal se incluye la organización de la empresa, mediante un organigrama, en donde se definen los departamentos que existirán en la misma, su rumbo estratégico, las metas, objetivos, políticas y procedimientos que ayudarán a su mejor desarrollo.
- También se contará con una lista detallada de los puestos para una selección y contratación correcta del personal.
- En lo que se refiere a los aspectos legales, contaremos con todos los permisos requeridos por los entes de control de la ciudad.
- Para concluir con el estudio Económico Financiero, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto.
- Por medio del método de la TIR se ha podido verificar que el proyecto tiene una rentabilidad del 49,76 %, obteniendo así una tasa de retorno menor a la que exige el mercado. Por consiguiente a través del método de a VAN se ha comprobado que tiene una valor positivo que es de $26669,44, el mismo que es propicio para la empresa.

RECOMENDACIONES.

- Luego del estudio y análisis del estudio se recomienda poner en marcha el proyecto es viable, por lo que se aconseja ponerlo en marcha dentro de la ciudad de cuenca, ya que al momento no existe un competidor que brinde el mismo servicio, y que "TE PEINO EN CASA" otorgará ingresos a favor de los inversionistas.
- Establecer acuerdos con los proveedores para que los beneficios sean mutuos.
- Mantener en constantes capacitaciones y cursos innovadores al personal ya que de ellos depende el funcionamiento y desarrollo de la empresa.
- Se recomienda hacer promociones y descuentos en fechas especiales para las clientas, como san Valentín, día de la madre, día de la mujer y en sus cumpleaños.
- Realizar alianzas estratégicas con otras organizaciones que vayan encaminadas en la moda, tendencias, belleza con las cuales puedan fusionarse para prestar una mayor gama de servicios.
- Ampliar los servicios, y que en base a los resultados arrojados en las encuestas, las clientas gustarían demandar servicios adicionales como: depilación, tintes, cortes, etc.
- Con el objetivo de mejorar la imagen de la impresa y de que las clientas distingan nuestro personal se recomendaría el uso de uniforme exclusivo de la empresa. (VER ANEXO 10)

BIBLIOGRAFIA

- BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", McGraw-Hill Interamericana, México 2008.
- SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo; "Preparación y evaluación de proyectos", Editorial Mexicana, 5 Edición (2007).
- BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Mc. Graw Hill, Quinta edición México 2006
- KINNEAR, Tomas y James TAYLOR. Investigación de Mercados. Colombia. McGraw-Hill.2003. 5ta Edición
- BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Mc Graw- Hill Interamericana, Mexico2008.
- STANLEY B. BLOCK / GEOFFREY HIRT, Fundamentos de administración Financiera, Mc Graw Hill, 2008.
- CHIAVENATO, IDALBERTO, Administración de los nuevos tiempos, McGraw-Hill, 2002.

INTERNET

- www.inec.gov.ec
- http://www.mujerdeelite.com/moda/
- http://www.todomanosypies.com.
- http://www.beautythroughstrength.com.
- http:// www.mailxmail.com /curso-proyectos-inversión/inversión-financiamiento.
- http.//pymesfuturo.com.vpneto.htm
- http://definicion.de/capital-de-trabajo/
- http://www.bce.fin.ec/
- http://www.crecenegocios.com/la-rentabilidad-de-una-empresa/1q
- http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm

- http://www.ub:es/geocrit/sn/sn-146(136).htm

ANEXOS

ANEXO Nº1: OFICIO DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO

J.N.D.A.

Junta Nacional de Defensa del Artesano

Ecuador Artesanal

JUNTA PROVINCIAL DE DEFENSA DEL ARTESANO DEL AZUAY

OFICIO N* 129- JPDA-A–FBB-12
Cuenca 22 de junio del 2012,

Señorita.
Marjorie Galarza.
Ciudad.

De mis consideraciones:

En cuanto a su consulta de cuantos artesanos (as) están calificados por la Junta Nacional de defensa del Artesano en la rama artesanal de Belleza.

Me complace informarle que se encuentran calificado los talleres artesanales de aproximadamente 822 Maestras (os) Artesanas(os).

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

ATENTAMENTE:

Dr. Fausto Barrera Bravo.
Presidente JPDA-A

JUNTA PROVINCIAL DE DEFENSA DEL ARTESANO DEL AZUAY
J.P.D.A.
CUENCA - ECUADOR

ANEXO Nº2. PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA POR GRUPOS DE EDAD CENSO 2010.

PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA POR GRUPOS DE EDAD CENSO 2010

Sheet1

EPAL/CELADE Redatam+SP 09/02/2012

ase de datos
t:\compu rseclavijo 08-feb-2012\curso redatam loja\PROVIN_01\CE11.dic
rea Geográfica
t:\compu rseclavijo 08-feb-2012\curso redatam loja\selecciones\ciudad de cuenca.sel
rosstab
de PARROQUIA URBANA
por Sexo
por Grupos de edad

PARROQUIA URBANA	Sexo	Grupos de edad																						
SAN SEBASTIAN		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	345	1.478	2.004	1.946	1.975	1.900	1.663	1.356	1.237	1.025	[illegible]	738	594	505	376	266	178	128	84	37	8	4	18.824
	Mujer	312	1.397	1.863	1.914	1.999	2.017	1.909	1.665	1.473	1.352	[illegible]	949	749	592	486	379	262	173	109	43	18	4	20.866
	Total	657	2.875	3.867	3.860	3.974	3.917	3.572	3.021	2.710	2.377	[illegible]	1.687	1.343	1.097	862	645	440	301	193	80	26	8	39.690
BELLAVISTA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	222	882	1.121	1.195	1.261	1.381	1.260	963	832	673	[illegible]	571	431	371	261	218	170	119	68	27	7	1	12.689
	Mujer	199	899	1.083	1.214	1.236	1.374	1.248	1.081	932	881	[illegible]	674	551	433	383	275	205	147	100	42	11	1	13.756
	Total	421	1.781	2.204	2.409	2.497	2.755	2.508	2.044	1.764	1.554	[illegible]	1.245	982	804	644	493	375	266	168	69	18	2	26.445
EL BATAN		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	243	983	1.152	1.172	1.374	1.263	1.178	899	681	557	[illegible]	493	403	290	200	118	78	67	33	16	3	-	11.781
	Mujer	256	954	1.156	1.139	1.321	1.383	1.253	1.025	870	743	[illegible]	622	443	338	202	180	104	80	48	27	5	2	12.845
	Total	499	1.937	2.308	2.311	2.695	2.646	2.431	1.924	1.551	1.300	[illegible]	1.115	846	628	402	298	182	147	81	43	8	2	24.626
YANUNCAY		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	523	2.002	2.450	2.515	2.720	2.703	2.292	1.868	1.541	1.331	[illegible]	1.042	813	575	382	264	171	131	74	39	17	1	24.689
	Mujer	435	1.913	2.317	2.405	2.715	2.872	2.610	2.257	1.907	1.766	[illegible]	1.236	935	663	494	316	231	170	131	39	27	4	26.984
	Total	958	3.915	4.767	4.920	5.435	5.575	4.902	4.125	3.448	3.097	[illegible]	2.278	1.748	1.238	876	580	402	301	205	78	44	5	51.673
SUCRE		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	129	502	664	670	745	812	776	658	493	410	[illegible]	401	385	321	235	144	129	77	44	21	7	2	8.073
	Mujer	99	492	633	638	736	868	819	707	589	567	[illegible]	562	484	377	286	234	157	120	79	43	7	1	9.060
	Total	228	994	1.297	1.308	1.481	1.680	1.595	1.365	1.082	977	[illegible]	963	869	698	521	378	286	197	123	64	14	3	17.133
HUAYNA CAPAC		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	143	493	612	659	711	738	694	575	464	390	[illegible]	408	379	296	228	145	123	79	43	20	7	-	7.617
	Mujer	125	471	616	618	778	783	800	683	601	493	[illegible]	549	433	313	280	182	150	126	72	30	6	3	8.645
	Total	268	964	1.228	1.277	1.489	1.521	1.494	1.258	1.065	883	[illegible]	957	812	609	508	327	273	205	115	50	13	3	16.262
G. RAMIREZ D.		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	80	204	259	250	289	318	339	227	190	178	[illegible]	123	110	93	80	54	58	57	46	14	3	-	3.147
	Mujer	44	231	268	279	344	405	337	295	257	238	[illegible]	185	146	139	130	121	96	78	67	45	24	2	3.954
	Total	124	435	527	529	633	723	676	522	447	416	[illegible]	308	256	232	210	175	154	135	113	59	27	2	7.101
EL SAGRARIO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	55	217	233	250	314	331	307	241	202	177	[illegible]	116	134	104	73	57	59	39	32	18	6	1	3.128
	Mujer	60	181	219	244	361	360	302	271	225	241	[illegible]	192	157	114	128	113	92	91	49	27	13	3	3.645
	Total	115	398	452	494	675	691	609	512	427	418	[illegible]	308	291	218	201	170	151	130	81	45	19	4	6.773
SAN BLAS		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	67	332	358	345	393	455	403	397	315	244	[illegible]	160	163	153	138	118	101	64	39	13	6	-	4.490
	Mujer	74	298	398	345	437	478	456	428	397	318	[illegible]	247	216	226	232	161	113	73	48	30	8	2	5.269
	Total	141	630	756	690	830	933	859	825	712	562	[illegible]	407	379	379	370	279	214	137	87	43	14	2	9.759
EL VECINO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	287	1.197	1.442	1.405	1.492	1.707	1.747	1.251	981	781	[illegible]	530	405	312	253	188	163	108	38	21	9	-	14.954
	Mujer	301	1.167	1.415	1.463	1.548	1.709	1.565	1.199	1.060	918	[illegible]	649	474	395	355	276	208	135	83	31	12	3	15.783
	Total	588	2.364	2.857	2.868	3.040	3.416	3.312	2.450	2.041	1.699	[illegible]	1.179	879	707	608	464	371	243	121	52	21	3	30.737
CANARIBAMBA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	86	367	475	450	500	581	519	415	363	300	[illegible]	217	229	236	163	112	88	46	31	13	3	3	5.478
	Mujer	76	359	435	464	568	646	551	491	415	408	[illegible]	328	322	304	221	165	113	75	46	18	6	1	6.389
	Total	162	726	910	914	1.068	1.227	1.070	906	778	708	[illegible]	545	551	540	384	277	201	121	77	31	9	4	11.867
TOTORACOCHA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	213	927	1.125	1.125	1.234	1.250	1.147	946	755	634	[illegible]	468	421	371	268	186	148	98	53	30	2	1	11.966
	Mujer	212	903	1.130	1.158	1.262	1.306	1.310	1.098	962	806	[illegible]	633	531	437	289	235	172	125	79	27	7	1	13.464
	Total	425	1.830	2.255	2.283	2.496	2.556	2.457	2.044	1.717	1.440	[illegible]	1.101	952	808	557	421	320	223	132	57	9	2	25.430
MONAY		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	187	772	1.006	1.047	1.052	1.084	992	754	659	527	[illegible]	514	400	261	189	129	85	79	31	16	5	1	10.319
	Mujer	178	781	966	929	1.097	1.136	1.107	943	806	757	[illegible]	618	488	327	233	162	104	84	65	25	4	5	11.534
	Total	365	1.553	1.972	1.976	2.149	2.220	2.099	1.697	1.465	1.284	[illegible]	1.132	888	588	422	291	189	163	96	41	9	6	21.853
MACHANGARA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	215	847	1.084	1.116	1.744	1.243	1.074	909	768	694	[illegible]	467	293	247	178	126	78	63	39	15	2	-	11.803
	Mujer	181	926	1.042	1.141	1.067	1.057	1.054	961	841	739	[illegible]	493	363	240	201	161	104	76	39	25	11	3	11.390
	Total	396	1.773	2.126	2.257	2.811	2.300	2.128	1.870	1.609	1.453	[illegible]	960	656	487	379	287	182	139	78	40	13	3	23.193
HERMANO MIGUEL		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	165	766	924	913	948	1.006	811	669	454	384	[illegible]	294	227	153	122	74	70	38	26	4	2	1	8.468
	Mujer	154	696	871	935	872	928	818	671	628	543	[illegible]	362	277	197	164	133	76	65	34	11	2	1	8.918
	Total	319	1.462	1.795	1.848	1.820	1.934	1.629	1.340	1.082	927	[illegible]	656	504	350	286	207	146	103	60	15	4	2	17.386
RESTO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 a	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	19	79	123	118	101	110	72	72	56	38	[illegible]	25	32	16	20	9	7	4	-	3	-	-	939
	Mujer	27	85	107	97	117	89	102	73	58	65	[illegible]	37	21	24	22	17	15	9	5	1	-	1	1.021
	Total	46	164	230	215	218	199	174	145	114	103	[illegible]	62	53	40	42	26	22	13	5	4	-	1	1.960
Total		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	2.979	12.048	15.032	15.176	16.853	16.882	15.274	12.200	9.991	8.343	[illegible]	6.567	5.419	4.304	3.166	2.208	1.706	1.197	681	307	87	15	158.365
	Mujer	2.733	11.753	14.519	14.983	16.458	17.411	16.241	13.848	12.021	10.835	[illegible]	8.336	6.590	5.119	4.106	3.110	2.202	1.627	1.054	464	161	37	173.523
	Total	5.712	23.801	29.551	30.159	33.311	34.293	31.515	26.048	22.012	19.178	[illegible]	14.903	12.009	9.423	7.272	5.318	3.908	2.824	1.735	771	248	52	331.888

ANEXO Nº3. DISEÑO DE ENCUESTA.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

Somos estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, estamos llevando a cabo un **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PELUQUERIA A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE CUENCA".** Por lo que le solicitamos unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta; de antemano le agradecemos por su colaboración.

1. Edad _____

2. ¿Estaría dispuesta a contratar un servicio de peluquería a domicilio que le ofrezca un ***combo*** que incluya: **peinado, maquillaje, manicure y pedicure?**

   Si _____ No _____

3. ¿Con que frecuencia al MES estaría dispuesta a contratar este servicio?

   1 a 2 veces _____

   2 a 3 veces _____

   3 a 4 veces _____

   4 a 5 veces _____

   5 a más _____

4. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este servicio a domicilio?

10 a 15 $ _____

15 a 20 $ _____

20 a 25 $ _____

25 a 30 $ _____

35 a 40$ _____

40 a más _____

5. ¿Que servicio adicional le gustaría que brinde la peluquería a domicilio?

Depilación _____

Tintes _____

Cortes _____

Otros _____ ¿Cuáles?_____

GRACIAS.

ANEXO Nº4 MATERIALES DIRECTOS. DATOS DE UTENSILIOS REQUERIDOS SEMESTRALES.

NOTA: CADA 6 MESES SE ABASTESERA EL INVENTARIO

TE PEINO EN CASA			
PEINADO			
UTENSILIOS	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**TOTAL**
CEPILLOS	18	5	90
PEINILLA	18	3	54
SILICONA	9	10	90
FIJADOR	9	4	36
INVISIBLES	9	1	9
TOTAL			279

TE PEINO EN CASA			
MAQUILLAJE			
UTENSILIOS	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**TOTAL**
BASE	18	21	378
POLVO	18	15	270
DELINEADOR DE OJOS	18	12	216
PESTANAS INDIVIDUALES	18	6	108
RIMEL-MASCARA	12	12	144
DELINEADOR DE LABIOS	12	4	48
LAPIZ DE LABIO	30	6	180
BLUSH	12	22	264
SOMBRAS	18TABLETAS	25	450
TOTAL			2058

TE PEINO EN CASA			
MANICURE Y PEDICURE			
UTENSILIOS	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**TOTAL**
RECIPIENTE GRANDE	12	1,5	18
RECIPIENTE PEQUÑO	12	1	12
TOALLA	24	3	72
REMOVEDOR DE CUTICULA	6	7	42
PIEDRA POMES	12	2	24
CREMA HIDRATANTE	12	4	48
SEPARADOR DE DEDOS MANOS	12	0,5	6
SEPARADOR DE DEDOS PIES	12	0,5	6
LIMA DE UNAS	24	0,5	12
ESMALTES	150	1,98	297
TOTAL			537

ANEXO Nº5 SOCIOS - APORTE

PROYECTO"TE PEINO EN CASA "			
FINANCIAMIENTO PROPIO			
SOCIOS	**%DE APORTACIÓN**	**VALOR**	
MARJORIE GALARZA	25%		5.652,49
MARIA DEL CISNE ARMIJOS	25%		5.652,49
DANIELA GUERRERO	25%		5.652,49
ERIKA SARMIENTO	25%		5.652,49
TOTAL	**100%**	**22.609,94**	

ANEXO Nº6

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO COOPERATIVA JEP.

Nº. de cuota	Abono Capital	Interés	Cuota	Saldo
				18,000.00
1	229.73	240.00	474.41	17,770.27
2	232.80	236.94	474.36	17,537.47
3	235.90	233.83	474.29	17,301.56
4	239.05	230.69	474.23	17,062.52
5	242.23	227.50	474.17	16,820.28
6	245.46	224.27	474.11	16,574.82
7	248.74	221.00	474.04	16,326.08
8	252.05	217.68	473.98	16,074.03
9	255.41	214.32	473.91	15,818.61
10	258.82	210.91	473.85	15,559.79
11	262.27	207.46	473.78	15,297.52
12	265.77	203.97	473.71	15,031.75

13	269.31	200.42	473.64	14,762.44
14	272.90	196.83	473.57	14,489.54
15	276.54	193.19	473.50	14,213.00
16	280.23	189.51	473.43	13,932.77
17	283.96	185.77	473.36	13,648.80
18	287.75	181.98	473.28	13,361.05
19	291.59	178.15	473.21	13,069.47
20	295.48	174.26	473.13	12,773.99
21	299.42	170.32	473.06	12,474.58
22	303.41	166.33	472.98	12,171.17
23	307.45	162.28	472.90	11,863.72
24	311.55	158.18	472.82	11,552.16
25	315.71	154.03	472.74	11,236.46
26	319.92	149.82	472.66	10,916.54
27	324.18	145.55	472.57	10,592.36
28	328.50	141.23	472.49	10,263.86
29	332.88	136.85	472.40	9,930.97
30	337.32	132.41	472.32	9,593.65
31	341.82	127.92	472.23	9,251.83
32	346.38	123.36	472.14	8,905.45
33	351.00	118.74	472.05	8,554.46
34	355.68	114.06	471.96	8,198.78
35	360.42	109.32	471.87	7,838.37
36	365.22	104.51	471.77	7,473.14

37	370.09	99.64	471.68	7,103.05
38	375.03	94.71	471.58	6,728.02
39	380.03	89.71	471.48	6,347.99
40	385.10	84.64	471.39	5,962.90
41	390.23	79.51	471.29	5,572.67
42	395.43	74.30	471.18	5,177.24
43	400.71	69.03	471.08	4,776.53
44	406.05	63.69	470.98	4,370.48
45	411.46	58.27	470.87	3,959.02
46	416.95	52.79	470.76	3,542.07
47	422.51	47.23	470.66	3,119.56
48	428.14	41.59	470.55	2,691.42
49	433.85	35.89	470.43	2,257.57
50	439.63	30.10	470.32	1,817.94
51	445.50	24.24	470.21	1,372.44
52	451.44	18.30	470.09	921.01
53	457.45	12.28	469.97	463.55
54	463.55	6.18	469.86	0.00
	18,000.00	7,365.69	25,509.30	

FUENTE: http://www.coopjep.fin.ec/productos-servicios/creditos/simulador-creditos

ANEXO N° 7 PROYECION DE LOS INGRESOS.

Año 1				
Servicio	**Unidad**	**Cantidad**	**P. Unitario.**	**TOTAL AÑO**
Combo (maquillaje, peinado, manicure y pedicure)	Unidad	2.880	25	72000
TOTAL				**72000**

Año 2				
Producto	**Unidad**	**Cantidad**	**P. Unitario.**	**TOTAL AÑO**
Combo (maquillaje, peinado, manicure y pedicure)	Unidad	2.978	26,21	78060,82
TOTAL				**78061**

Año 3				
Producto	**Unidad**	**Cantidad**	**P. Unitario.**	**TOTAL AÑO**
Combo (maquillaje, peinado, manicure y pedicure)	Unidad	3.075	27,21	83682,488
TOTAL				**83682**

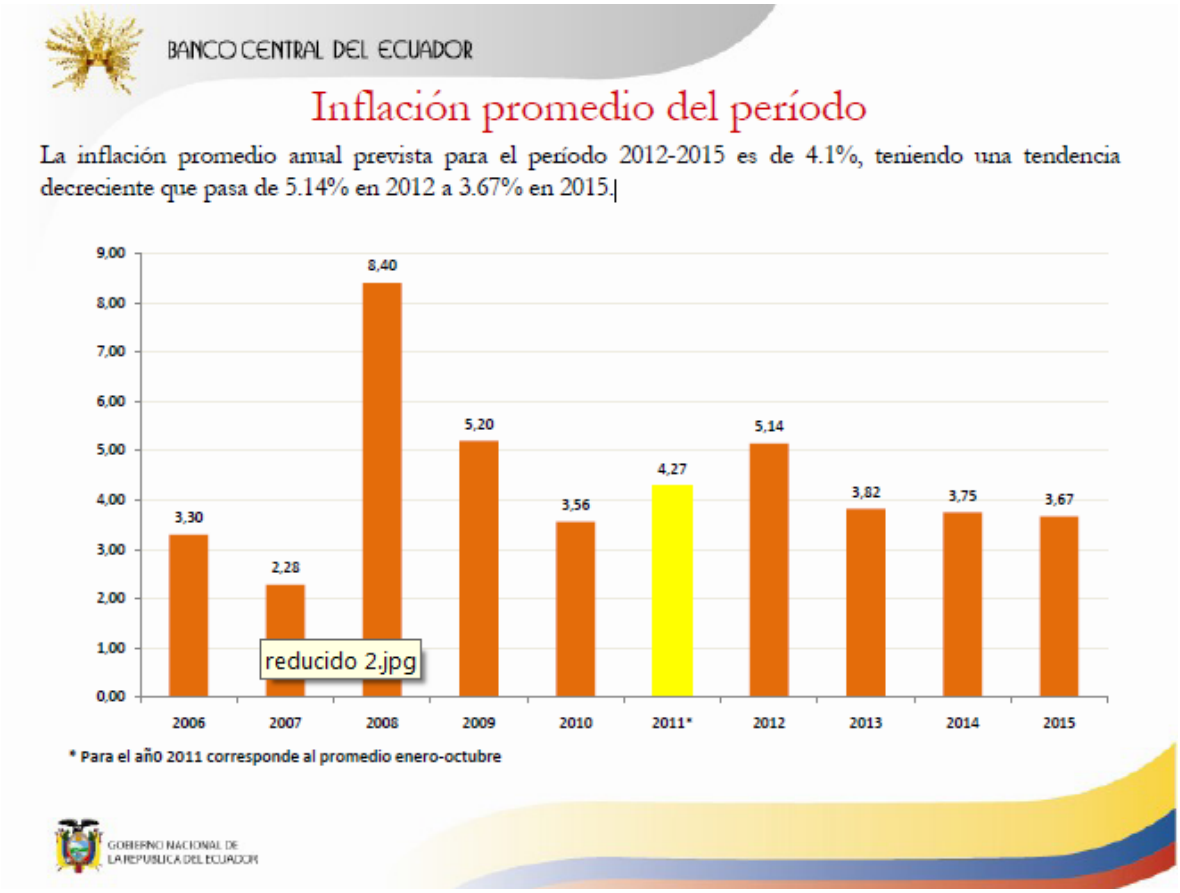
Año 4				
Producto	**Unidad**	**Cantidad**	**P. Unitario.**	**TOTAL AÑO**
Combo (maquillaje, peinado, manicure y pedicure)	Unidad	3.173	28,23	89588
TOTAL				**89588**

Año 5				
Producto	**Unidad**	**Cantidad**	**P. Unitario.**	**TOTAL AÑO**
Combo (maquillaje, peinado, manicure y pedicure)	Unidad	3.271	29,27	95743,92

ANEXO N° 8 ROL DE PAGOS

DESCRIPCION	Cantidad	Valor	sueldo XIII	Sueldo XIV	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal (12,15%)	Costo total	Total anual
DETALLE									
Gerente	1	450	37,5	24,33	18,8	37,5	54,68	622,8	7473,10
Estilistas	3	1110	92,5	24,33	46,3	92,5	134,865	1500,4	18005,38
Manicursita-Pedicurista	3	876	73,0	24,33	36,5	73,0	106,43	1189,3	14271,21
Chofer	1	292	24,3	24,33	12,2	24,3	35,48	412,6	4951,74

ANEXO N°9 PROYECCION DE LA INFLACION.



ANEXO N° 10 MODELO DE UNIFORME

Fuente: http://www.google.com.ec/imgres?q=uniforme+de+peluqueria&hl=es-419&biw=983&bih=410&tbm=isch&tbnid=ZKQ25e93_wlDPM:&imgrefurl=http://www.baleardeuniformes.com/ficha-