



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORA:

Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez

DIRECTORA DE TESIS:

Ing. Roció Toral MAE.

LOJA-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

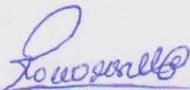
Ing. Rocío Toral Tinitana MAE.

DIRECTORA DE TESIS:

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por la señorita egresada: Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez, la misma que se denomina **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA”**, la cual cumple con los requerimientos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Nacional de Loja para efectos de graduación por lo que autorizo su presentación para los trámites legales correspondientes.

Loja, Noviembre del 2014



Ing. Rocío Toral Tinitana MAE.

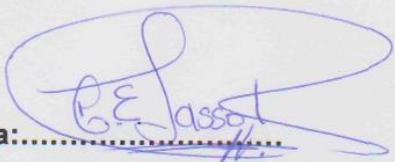
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja , la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez

Firma:.....

Cedula N°: 1104368608

Fecha: Noviembre del 2015.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

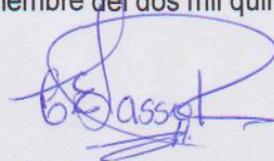
Yo, Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para obstar el grado de **Ingeniera en Administracion de Empresas**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

La producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 9 días del mes de Noviembre del dos mil quince, firma la autora.

Firma:



Autora: Cinthy Elizabeth Lasso Ramírez

Cedula: 1104368608

Dirección: Loja: Los Geranios

Correo Electrónico: cinthyliz1609@hotmail.com

Teléfono: 0994131508

DATOS COMPLEMENTARIOS

Ing. Rocio Toral Directora de Tesis

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Patricio Cuenca Mg,Sc.

VOCAL: Ing. Cesar Neira Hinostroza Mg,Sc.

VOCAL: Ing. Santiago Ludeña Mg,Sc.

AGRADECIMIENTO

Al concluir la carrera quiero dejar constancia de mi presencia imperecedera gratitud y un especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por darme la oportunidad de cursar y culminar mis estudios superiores, también a la Carrera de Administración de Empresas por permitirme formarme como profesional, a su planta docente, quienes desinteresadamente supieron compartir sus conocimientos en forma oportuna y sincera; a mi Directora de Tesis la Ing. Rocio Toral que en forma profesional y leal orientó el presente trabajo de tesis.

La Autora

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico primeramente a Dios, a mi Mami Gladys y mi hermana Sthefany por toda la confianza y el apoyo brindado y a mi hija Luz Victoria Alarcón por la fortaleza y su fe y por apoyo incondicional en todo momento hasta la consecución de mis metas y así mismo a todos quienes conforman la Universidad Nacional de Loja, especialmente a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes nos brindan valiosos conocimientos permitiéndonos académicamente llegar a culminar nuestra carrera universitaria y el presente trabajo de investigación.

La Autora

a. TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El sector de la estética y de la relajación tanto masculina como femenina, preocupados por su salud y su imagen, comienzan a afianzarse tras dar sus primeros pasos hace tan sólo unos años en la ciudad de Loja.

La finalidad de este proyecto es que los clientes de este mercado encuentren en un solo lugar como lo es Centro Estético Unisex con servicios de alta calidad.

Varias cosmetólogas indican que estos tratamientos son atractivos para las mujeres que naturalmente buscan ver su aspecto físico cada vez mejor, pero recalca que hay un importante público masculino que por diferentes motivos no se atreven a asistir a estos centros estéticos, se cree que este problema se da porque la mayoría de la publicidad de los centros estéticos de la ciudad de Loja están dirigidos al público femenino o, también que la oferta hacia los hombres es muy poca ya que en muchos de estos centros aunque no lo aclaran también pueden demandar estos servicios ambos sexos.

Se concluye, de manera preliminar que, el servicio de estos centros para los hombres esta apenas en crecimiento lo que hacen que la oferta del servicio de un centro estético unisex sea atractiva para el público masculino.

Por tal motivo este trabajo de investigación tiene como **objetivo principal**: Efectuar el Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro estético unisex en la ciudad de Loja. Y el análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los **objetivos específicos**: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para el estudio de la investigación se utilizó la siguiente metodología: el método deductivo permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no la creación del proyecto y el método descriptivo analítico este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación.

En los **resultados** se aplicó una encuesta tanto a los demandantes y oferentes de la Ciudad de Loja para determinar la aceptación del servicio en el mercado. Dentro de la **discusión** se realizó el **estudio de mercado** donde se estableció la demanda; pudiéndose obtener la demanda insatisfecha que es de 174022 personas para el primer año, posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del servicio; En el **estudio técnico** se detalla el tamaño y localización de la planta; En el **estudio administrativo** y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones.

En el **estudio financiero** se señala la inversión necesaria para poder implementar el proyecto la misma que es de \$27.524,65 dólares.

Finalmente se realizó la evaluación para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$268.291,10; Tasa Interna de Retorno de 71,11%; Relación Beneficio Costo es de 2,38 por cada 2 dólares invertido la empresa gana 0,38 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 3 meses y 25 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 107,27% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 49,35% dando un

total del 0,99% por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

ABSTRACT

The field of aesthetics and relaxation both male and female, worried about his health and his image, begin to take hold after taking his first steps just a few years ago in the city of Loja.

The purpose of this project is that customers in this market are in one place as it is Unisex Aesthetic Center with high quality services.

Several cosmetologists indicate that these treatments are attractive to women who naturally seek see her getting better looks, but stresses that there is a significant male audience who for various reasons do not dare to attend these aesthetic centers, it is believed that this problem given that most advertising beauty centers in the city of Loja are directed at women or also the supply to men is very low because in many of these centers though not clear can also sue these services both sexes.

It is concluded preliminarily that these service centers for men is just growing so make the service offering of a unisex beauty center attractive to the male audience.

Therefore this research has as its main objective: Perform feasibility project for the implementation of a unisex beauty center in the city of Loja. And the complete analysis of the project requires the realization of the specific objectives: market research, technical study, administrative and legal study, economic, financial study and finally the evaluation.

To study the investigation the following methodology was used: the deductive method allowed to obtain valid conclusions determining whether it is feasible or not the creation of the project and the analytical descriptive method this method was used during the development of all research.

In the results a survey was applied to both buyers and sellers in the city of Loja to determine the acceptance of service on the market. In discussing the market research where demand was established it was made; being able to obtain the unsatisfied demand is 174022 people for the first year, then the marketing plan, pricing, advertising space and service is established; In the technical study the size and location of the plant is detailed; On the administrative and legal study of the company facilitates determining business group, the constitution, organization and functions manuals.

In the financial investment required study states to implement the same project is \$ 27,524.65 US dollars.

Finally the assessment which analyzed the following indicators was performed: Net Present Value of \$ 268,291.10; Internal Rate of Return of 71.11%; Cost benefit ratio is 2.38 for every \$ 2 invested company earns 0.38 cents; Capital recovery period is 2 years, 3 months and 25 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports increased costs 107,27% giving a total of 0.98% and the sensitivity analysis in the decrease in revenues of 49.35% for a total of 0.99% so the project is feasible, the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the bibliography consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCIÓN

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Este trabajo se inició realizando el resumen en castellano e inglés de los principales aspectos que contiene el proyecto en base a los diferentes estudios de: mercado, técnico, organizacional, legal y sobre todo el aspecto financiero.

Seguidamente esta la **Introducción**, el que hace referencia a todo el trabajo investigativo realizado, mediante una presentación del informe final de la investigación.

Luego tenemos la **Revisión de Literatura**, a través de la técnica de recolección de información secundaria se pudo obtener literatura de diferentes fuentes para lograr una tipificación adecuada sobre lo investigado.

Posterior a esto están los **Materiales y Métodos**, que describe la aplicación de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación aplicados en el desarrollo del presente estudio.

En los **resultados**, se realizó las encuestas y entrevistas ejecutadas, presentando con mucha claridad mediante la utilización de cuadros y gráficos estadísticos, mismos que fueron interpretados y relacionados para saber si es factible o no la implementación de esta nueva empresa.

En la **discusión**, se describen las fases de un proyecto de inversión como son:

El Estudio de Mercado, en el cual se estableció la demanda y oferta de esta nueva empresa, y a su vez se presenta la propuesta de una estrategia

comercial a través de las 4p's del marketing: producto, precio, plaza y promoción.

El Estudio Técnico, aquí se realizó el tamaño de la planta, dentro de este se estableció la capacidad instalada y utilizada, luego se hizo la localización y la ingeniería del proyecto, en el cual se especifica el estudio de componente tecnológico, infraestructura física, y el proceso del producto.

El Estudio Organizacional, dentro de este estudio se determinó la organización legal, la estructura de la empresa y el manual de funciones, que ayudarán a todo el personal a un mejor desempeño en sus actividades.

El Estudio Financiero, en este estudio se estableció las inversiones y el financiamiento que esta empresa tendrá para iniciar sus actividades, así como también los presupuestos de costos e ingresos y los estados proforma para la vida útil del proyecto.

La Evaluación Financiera, dentro del cual se pudo establecer la conveniencia económica del proyecto y su ejecución a través del análisis de los indicadores financieros como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, y Análisis de Sensibilidad.

Luego de realizar los cuatro estudios anteriormente mencionados, se realizaron las respectivas **conclusiones** en donde se encuentra la síntesis más relevante de los resultados obtenidos del trabajo de investigación; así mismo se plantea las respectivas **recomendaciones** necesarias para su posterior implementación.

Por último se describió la Bibliografía utilizada que fue la fuente de consulta y apoyo para descomponer y entender el proyecto y poder llegar a su culminación, además se complementó el proyecto con la recopilación de los **anexos** respectivos y el **índice general**.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Antecedentes de los Centros Estéticos

Definición. Es aquel establecimiento dedicado a la realización de tratamientos cosméticos, que dispone de recintos aislados para uso individual destinados exclusivamente a la prestación de servicios de estética personal , incluyendo técnicas de aparatología y procedimientos no invasivos,¹ Con el fin primordial de promocionar la imagen saludable de sus clientes. Los centros estéticos deben estar atendidos y dirigidos por expertos a los que se denomina esteticistas. En los salones se venden productos cosméticos de línea profesional.²

Historia de los Centros Estéticos

Primeramente en el antiguo Egipto se cuidaba mucho la apariencia física pero no se tenía un lugar específico para practicar sus actividades tales como: los baños de leche, exfoliaciones de la piel, maquillaje en el rostro, manicura, los cortes de cabello, entre otras cosas más simbólicas de la época. Fue hasta en la Antigua Grecia cuando los salones de belleza comenzaron a tener un lugar en la sociedad, donde solo se peinaban las cabezas más selectas. Esto comenzó a partir del nacimiento de las expresiones artísticas y la vanidad adquirida gracias a las que se empezó a utilizar grasa animal y mezclas de hierbas que recolectaban para crear cremas y maquillajes que eran exclusivos de la clase alta para embellecerse un poco más, dando pauta a todo tipo de soluciones, peinados, joyas, vestimenta, etc. El moderno concepto de salón de

¹<http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A9tica>,http://es.wikipedia.org/wiki/Sal%C3%B3n_de_belleza

belleza femenina fue desarrollado por una canadiense, Martha Matilde Harper (1857-1950), quien de alguna manera inventó también el concepto actual de franquicias en los negocios.

La estética en el siglo XX

El arte del siglo XX supone una reacción contra el concepto tradicional de belleza. Algunos teóricos (Hal Foster) llegan incluso a describir el arte moderno como «antiestético».

Evoluciones como la aparición de la fotografía, capaz de reproducir con fidelidad absoluta su modelo, o los medios mecánicos de reproducción de las obras, que las introducen en el conjunto de los bienes de consumo de nuestra sociedad, suponen a principios del siglo XX una verdadera convulsión para la teoría y la práctica artísticas. Así no sólo el campo de estudio de la Estética sino el propio campo de trabajo del arte se orienta hacia una profundísima corriente autor reflexiva que ha marcado todo el arte del siglo veinte.²

Ámbitos de Actividad: Peluquería y Estética

Estas dos actividades tienden a diferenciarse y a prestarse en centros especializados, por un lado, las peluquerías y por otro los centros de masajes, centros de solárium, estudios de tatuaje y piercing y otros dedicados exclusivamente al ámbito de la estética. No obstante, cada vez es más frecuente la existencia de establecimientos que ofrecen servicios de ambas actividades, presentando una oferta de servicio integral.

²<http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A9tica>,http://es.wikipedia.org/wiki/Sal%C3%B3n_de_belleza

Podemos definir la peluquería como el establecimiento en el que se prestan servicios consistentes en actividades de lavado, corte, peinado, teñido, ondulación y actuaciones similares en el cabello de las personas, y que, adicionalmente, oferta servicios complementarios de estética y acceso a solárium, además de la venta de productos anexos (productos capilares, artículos de perfumería y estética, etc.)³.

Un centro de belleza o estética es un establecimiento en el que se prestan servicios relacionados con el cuidado de la imagen. Tal como comentábamos al definir la actividad de peluquería, ambas actividades han estado tradicionalmente vinculadas, no obstante, deben hacerse dos puntualizaciones:

- La estética no es un servicio complementario exclusivo de las peluquerías, pues otras actividades como gimnasios, comercios especializados en perfumería y cosmética, centros de bronceado, etc. suelen ofrecer tratamientos de belleza.
- El centro de estética como negocio diferenciado, puede ofrecer una variedad de servicios relacionados con la imagen y belleza, o estar especializado en uno o varios de ellos: centros de depilación, tratamiento de uñas, estudios de tatuaje y piercing, etc.

Respecto a los centros de estética, la tendencia indica que las mujeres siguen siendo las que más acuden a los centros de belleza. La mitad de las personas encuestadas acude al menos 1 vez al mes, un 3% una vez a la semana, un 8% cada 15 días y un 39%, una vez al mes. El 26% de los encuestados considera que incrementará su consumo a lo largo de 2008, pero sin duda, uno de los

³<http://wikiconsulting.wikispaces.com/Sector+de+los+Centros+de+Belleza+y+Est%C3%A9tica>

principales beneficiados en los temas del bienestar y la imagen, a lo largo de los últimos años, son los servicios de mantenimiento físico corporal, sobremanera, los balnearios y los Spas, que muestran un grado de penetración constante y creciente.

En el ámbito de Peluquería y belleza, la apuesta innovadora se centra en el cliente masculino: técnicas de corte, tratamientos capilares, servicios de color específico, manicura, tratamientos faciales o depilación, son algunas de las nuevas ofertas que se dirigen a este nuevo target de cliente potencial. Aunque el mayor gasto en peluquerías y salones de belleza aún sigue liderado por las mujeres, no hay duda de que el género masculino se preocupa cada vez más por su imagen.

Actualmente la peluquería y la estética tienden a diferenciarse, y a ser desempeñados por profesionales especializados. No obstante, es habitual encontrarse con establecimientos que ofrecen servicios de ambas actividades, o que incorporan algunos servicios básicos comunes, como manicura o depilación a la cera.⁴

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO DE INVERSIÓN

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las persona. Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacer a través de una demanda asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

⁴<http://wikiconsulting.wikispaces.com/Sector+de+los+Centros+de+Belleza+y+Est%C3%A9tica>

Un proyecto puede ser variable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.”

El Ciclo de los Proyectos

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros.⁵

Etapa de Pre Inversión

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Identificación de ideas Básicas de proyectos

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han

⁵ Los Estudios Financieros y su Análisis; Autor: GUTIÉRREZ, Alfredo; Editorial Sáenz Tercera Edición año 2005.

permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Estudio del Nivel de Perfil.

En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En esta fase corresponde además evaluar las alternativas técnicamente factibles.

En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.⁶

En suma del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.
- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.

⁶ Los Estudios Financieros y su Análisis; Autor: GUTIÉRREZ, Alfredo; Editorial Sáenz Tercera Edición año 2005.

- Postergar la ejecución del proyecto.⁷

Estudio de la Pre factibilidad.

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de Pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

Estudio de Factibilidad

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en el pre inversión, se abordan los mismos puntos de la Pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

⁷ Los Estudios Financieros y su Análisis; Autor: GUTIÉRREZ, Alfredo; Editorial Sáenz Tercera Edición año 2005.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de Pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos en referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociables o de rentabilidad.

ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:⁸

Proyectos de Ingeniería: Denominado también estudios definitivos, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados.⁹

⁸ Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.

⁹ Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.

Negociación de Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Implementación: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

ETAPAS DE OPERACIÓN.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

Seguimiento y Control: Ejercer un correcto seguimiento y control del proyecto es necesario que el Jefe de Producción dedique todo el tiempo que sea preciso a vigilar el estado de cada una de las tareas que se están desarrollando, prestando especial interés a aquellas que están sufriendo algún retraso.

Evaluación ex-post: Consiste en la sistematización y explicación de los resultados acumulados a la fecha de la evaluación, en base a los siguientes

indicadores: Cobertura, Focalización, Eficacia, Eficiencia, Efectos, Impacto, Relación costos / impacto, entre otros.

Evaluación post-posterior: Es el proceso encaminado a determinar sistemática y objetivamente la pertinencia, la eficacia impacto de todas las actividades desarrolladas a la luz de los objetivos planteados. Es un proceso organizativo para mejorar las actividades que se encuentran aún en marcha y ayudar a la unidad de administración del proyecto en la planificación, programación y decisiones futuras.¹⁰

CONTENIDO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE MERCADO

Información Base

El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y un cierto período de tiempo”¹¹

Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

Estimación de la Proporción

Es frecuente, en los sondeos de opinión, investigar las preferencias de la población por una determinada opción *A*, frente a otra opción *B*.

¹⁰ Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.

¹¹ Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.

Por ejemplo : ¿qué proporción de posibles votantes optan por un candidato A frente a otro B ?

Otras veces interesa saber, qué proporción de individuos de una población, presentan una característica A , frente a los que no la presentan.

En cualquier caso, como normalmente no podemos estudiar a todos los individuos de una población porque, o es muy caro o sencillamente es imposible, tenemos que tomar una muestra. Estudiamos la proporción de individuos que presentan la característica, objeto de estudio, en la muestra que hemos tomado, así tenemos la proporción de la muestra, que representaremos por P (p mayúscula) ; en general, no coinciden la proporción de la población, p y la proporción de la muestra P

Coeficientes de Confianza (nivel) y su valor Z

En el contexto de estimar un parámetro poblacional, un intervalo de confianza es un rango de valores (calculado en una muestra) en el cual se encuentra el verdadero valor del parámetro, con una probabilidad determinada.

Producto Principal

Es el producto que compra en realidad el consumidor y además sirve para satisfacer las necesidades de las mismas.

Producto Secundario: Reúne la actividad artesanal e industrial manufacturera, mediante los cuales los productos provenientes del sector primario son transformados en nuevos productos.

Productos Sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

Productos Complementarios

Son productos cuya Demanda aumenta o disminuye simultáneamente pues el Consumo de uno provoca el de otro.¹²

Mercado Demandante

Un mercado se confluyen productos y consumidores para realizar intercambios de compra y venta. Para conocer el comportamiento del mercado, es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- Mercado distribuidor (intermediarios)
- Mercado consumidor (los clientes)
- Mercado competidor (la competencia)
- Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

Análisis de la Demanda (clientes)

Definición.- “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir”¹³.

¹² Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.

¹³GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz año 2005 Tercera Edición.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

Demanda Potencial

La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la provincia que corresponden al porcentaje de la población total de la provincia, dividida por cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

Para determinar la demanda potencial se considera:

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

Formula:

$$Do = cp * N + * t$$

Demanda Real

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.¹⁴

¹⁴ GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz año 2005 Tercera Edición.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan.

Demanda Efectiva

En términos generales, la efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada. La Demanda efectiva es la determinante del nivel de renta y del volumen de la Oferta global alcanzada.

Estudio de la Oferta

Es el término que tiene relación con la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado: La "oferta".

Balance entre Oferta y Demanda

La ley de la oferta y demanda es un modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes.

Comercialización del Producto

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.¹⁵

¹⁵ GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz año 2005 Tercera Edición.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción y
- Posventa

Análisis de la Situación Base

Se refiere al análisis de datos, pasados, presentes y futuros, que proporcionan una base para seguir el proceso del punto de equilibrio.

También llamada “premisas de planeación”, “evaluación actual”, etc.

ESTUDIO TÉCNICO

“Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos”¹⁶.

Tamaño y Localización

Tamaño

Tamaño.- Considera su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

¹⁶Proyectos de Inversión, formulación y evaluación; CHAIN, Autor: Sapag Nassir; Edición onceava 2011.

a. Capacidad Teórica

Capacidad que supone que los recursos humanos y los equipos productivos funcionan a pleno rendimiento, lo que conlleva que el proceso productivo realiza sus operaciones sin ningún margen para tiempos muertos, o interrupciones que suelen ser consideradas como normales tales como: averías de máquinas, operaciones de mantenimiento, etc., operando, por tanto, en condiciones ideales.

b. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

c. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada es el volumen máximo de producción que se genera efectivamente en cada uno de los años de la proyección.

d. Reservas

Son las provisiones que se constituyen con beneficios no distribuidos, ya sea por imperativo legal o de forma voluntaria, como garantía de solvencia y que se utilizan como autofinanciación o bien para distribuir entre los socios en el futuro.¹⁷

¹⁷ Proyectos de Inversión, formulación y evaluación; CHAIN, Autor: Sapag Nassir; Edición onceava 2011.

Localización

Localización.- Para la elección de la localización adecuada se debe tomar en cuenta:

- a) La suma de los costos de transporte de insumos y productos.
- b) la disponibilidad y costos relativos de los recursos.
- c) Clima facilidades administrativas, Disposición de aguas residuales, olores y ruidos molestos, etc.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción o el desarrollo del servicio óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos.

a. Componente Tecnológico: Es aquella que genera la mayor eficiencia económica desde el punto de vista de la sociedad, La selección de esa tecnología depende de que los mercados entreguen los precios “Correctos”, es decir, aquellos que reflejen el valor social del recurso.

b. Infraestructura física: Es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

c. Distribución de la planta: Consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las formas relativas y ubicación de los distintos departamentos que poseerá la empresa a instalarse.¹⁸

¹⁸ Proyectos de Inversión, formulación y evaluación; CHAIN, Autor: Sapag Nassir; Edición onceava 2011.

d. Proceso de producción: Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista.

d.1 Diseño del Producto: El proceso de diseño del producto no es un proceso lineal ni tampoco fácilmente parametrizable, sin embargo para su estudio es necesario que lo esquematicemos de alguna manera, dando por sentado que cualquier esquema intenta representar un proceso que no es estándar, como el de la generación de nuevos productos.

d.2 Flujogramas de un Producto: utilizado para describir paso a paso las operaciones que se realizarán dentro del proceso de fabricación de un producto, o asimismo la perspectiva comercial de una empresa o negocio. Los flujogramas utilizan una variedad de **símbolos** definidos donde cada uno representa un paso del proceso, y la ejecución de dicho proceso es representado mediante flechas que van conectando entre ellas los pasos que se encuentran entre el **punto de inicio** (comienzo) y **punto de fin** del proceso (final). Una característica importante de los diagramas de flujo es que sólo pueden poseer un único punto de inicio o comienzo, y un solo punto final

o de fin del proceso.¹⁹

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

a. Organización Legal

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Armónica, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.

b. Organización Administrativa

“La organización administrativa se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoría y rangos correspondientes de responsabilidad”²⁰.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

b.1 Niveles Administrativos

- 1) Nivel Legislativo –Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor

¹⁹ Proyectos de Inversión, formulación y evaluación; CHAIN, Autor: Sapag Nassir; Edición onceava 2011.

²⁰Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior; Autor: PASACA, M, Manuel; Edición 1 año 2009.

4) Nivel auxiliar o de Apoyo

5) Nivel Operativo

b.2 Manual de Funciones

El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la concesión de los objetivos planteados por la organización.

b.3 Organigramas

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

b.4 Manuales

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y

cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período.²¹

ESTUDIO FINANCIERO

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla”.

Inversión y Financiamiento

Inversiones

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.²²

La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- a. Inversiones en Activo fijo:** Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa. Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.
- b. Inversiones en Activo Diferido:** Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc.

²¹ Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior; Autor: PASACA, M, Manuel; Edición 1 año 2009.

²² Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición: p .p 130 y 131

c. Inversiones en Activo circulante o Capital de trabajo: El capital de trabajo, es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

Financiamiento

Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

a.- **Capital Propio** Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.

b.- **Capital Ajeno** Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

Análisis de Costos

El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo. Se analizan 2 analizan 2 tipos de costos.²³

a.- Costos de fabricación: son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte del costos de producción: mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fábrica, arrendamiento del edificio de fábrica, depreciación del edificio y de equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, seguro, prestaciones sociales, incentivos, tiempo, etc.

²³ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

b.- Costos de operación: Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.²⁴

c.- Costo Total de producción: Son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables:

$$CT = CF + CV$$

d.- Costo unitario de producción: Se determina al dividir el costo total por el número de producto que producirá la empresa a implementarse.

ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS:

Son las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios.

Determinación del precio de venta: Para establecer el precio de venta de su producto, generalmente los empresarios calculan el costo al que les sale fabricar un producto y le suman un % de utilidad.

Formula:

$$PVP = CT + MU$$

Siendo:

PVP: precio de venta al público

CT: costo total

²⁴ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

MU: margen de utilidad

a. Método Rígido: Añade todos los costos acumulados en las ventas internacionales más un margen de beneficio al precio de ventas doméstico.

b. Método Flexible: Se basa en el mismo principio que la Estrategia anterior, excepto que los precios pueden ser ajustados si las Condiciones del mercado demandan una adaptación.

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

Es la información requerida para la administración, para evaluar y controlar los costos de los procesos productivos, donde la gerencia tomará las herramientas necesaria para la toma de decisiones, se mencionarán algunos criterios que se toman en cuenta en sus funciones o actividades de los costos:

Costos fijos

Son aquellos costos que permanecen constante ante cambios en el nivel de actividad, en períodos de corto a mediano plazo, son, independientes del volumen de producción (alquiler de la planta industrial, depreciación de la maquinaria, remuneración del gerente de producción y otros).²⁵

Costos Variables:

Son aquellos costos totales que fluctúan en forma directa con los cambios en el nivel de producción, en donde los costos aumentan o disminuyen proporcionalmente con relación al volumen de las cantidades producidas. (Materiales, energía, comisiones por ventas y otros).

²⁵ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

PRESUPUESTO PROYECTADO

Para la elaboración de Presupuesto de Costo se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados nos muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

Ingresos

Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

Egresos.

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros.²⁶

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio.²⁷

²⁶ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

²⁷ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición: p .p 130 y 131

a. Punto de Equilibrio en Función

Este método permite conocer cuál debe ser el mismo nivel de ingreso que generen las ventas para no tener pérdidas.

b. Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada

Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.

Formula:

$$PE = CF / (IT - CV)$$

c. Punto de Equilibrio en Función de la Producción

Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

Formula:

$$PE = CF / (PV - CVu)$$

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

EVALUACIÓN FINANCIERA

“Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos”.

Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)_q
- Tasa Interna de Retorno (TIR)

- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital

Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

Flujo de Caja

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.”²⁸

Valor Actual Neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener.

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

- a.- Si el van es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir es indiferente
- c.- Si el van es negativo se rechaza la inversión

²⁸ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

Formula

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

Tasa de Retorno (TIR)

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.²⁹

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{TM} + \text{DT} \left(\frac{\text{VAN}_{Tm}}{\text{VAN}_{Tm} - \text{VAN}_{TM}} \right)$$

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) Si la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.³⁰

Relación Costo – Beneficio

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto
- B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto
- B/C < 1 Se debe realizar el proyecto

²⁹ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

³⁰ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición

Su fórmula es:

Ingresos Actualizados

C/B = Egresos actualizados

Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

$$\text{PRC} = \text{Año a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un método que nos permite visualizar de manera inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto. Este método es muy utilizado para identificar el proyecto que nos dará los mejores rendimientos.

Fórmula:

$$\text{As} = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

1. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.³¹

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

2. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

3. Se calcula el porcentaje de variación.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

4. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / N.TIR$$

³¹ Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición: p .p 130 y 131

e. MATERIALES Y MÉTODOS

A continuación se describen los materiales utilizados para la realización de la investigación.

Materiales

Suministros de oficina: entre ellos están hojas de papel boom, esferos, lápices, borrador, clips.

Equipos de Oficina: entre ellos están la computadora, impresora, calculadora, grapadoras, perforadora.

Métodos

Para la realización del presente proyecto se considera utilizar algunos métodos, técnicas y procedimientos que se describen a continuación:

Método Inductivo: Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. Este método sirvió de base importante en la aplicación de las encuestas las que arrojaron información que sirvió para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas y poder llevar acabo el estudio de mercado y que previamente serán aplicadas mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

Método Deductivo: En este método parte de lo general a lo particular. Este método será de gran ayuda para recolectar información que se utilizara en la revisión literaria mediante información bibliográfica y virtual de los diferentes ítems que comprende el proyecto de factibilidad.

Método Descriptivo - Analítico: Este método se lo utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se hará un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual de la empresa, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

Técnicas

Encuesta

Esta técnica se la utilizó para recoger información necesaria como los gustos y preferencias del segmento de la población en estudio, para esto se emplearon dos tipos de encuestas:

- Se aplicó a las 397 familias de la ciudad de Loja con la finalidad de saber la aceptación que tendrá el servicio en el mercado.
- Otra encuesta se realizó a los 30 oferentes, en este caso a los centros estéticos existentes en la ciudad de Loja.

Observación

Es una de las técnicas más precisas por medio de la cual se pudo analizar el servicio que se va a implementar en la ciudad de Loja, la cual se realizó una observación directa a los 30 centros estéticos lo que me permitió visualizar de forma amplia la controversia existente y la razón para efectuarla instalación de una empresa de servicio centro estético en la ciudad

Revisión bibliográfica

Esta contribuirá a recopilar información que será muy útil en la realización del presente estudio teórico práctico.

CUADRO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA LA CIUDAD DE LOJA

Cuadro N° 1

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS						
Parroquias	Habitantes 2010	Tasa de Crecimiento	Porcentaje	Proyección 2015	Familias	Número Encuestas
EL VALLE	32.511	2,65%	18.00%	37.053	9263	71
EL SUCRE	63.216	2,65%	35.00%	72.048	18012	139
EL SAGRARIO	25.286	2,65%	14.00%	28.819	7205	56
SAN SEBASTIÁN	59.604	2,65%	33.00%	67.931	16983	131
TOTAL	180.617	2,65%	100 %	205.851	51463	397

Fuente: INEC, censo poblacional y vivienda del año 2010

Elaborado: La Autora

Procedimientos

Para el desarrollo de este proyecto se tomó como base los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el año 2010, en el cual indica que la ciudad de Loja existen 86.631 hombres y 93.986 mujeres sumando estos dos totales se obtiene un total de 180617 habitantes y tiene una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%. Con estos datos se aplicó la fórmula de la proyección de la población para el año 2015 y obtener el número de habitantes en la actualidad, cuyos resultados de la proyección se describen a continuación:

Nomenclatura:

Po = Población inicial

Pf = Población final

r = tasa de crecimiento

n= Número de años

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN:

$$Pf_{2015} = Po_{2010} (1+0,0265)^5$$

$$Pf_{2015} = 180617 (1+0,0265)^5$$

$$Pf_{2015} = 180617 (1,081625)$$

$$Pf = Po (1+r)^n$$

$Pf_{2015} = 205851$ habitantes

Luego para conocer el tamaño de la muestra de este estudio se tomó a la población proyectada para el año 2015 que es 205851 habitantes y se la divide para el promedio familiar, que para la región 7 es de 4 miembros por familia, dando un total de 51463 familias ya sea hombres y mujeres.

Muestra

Para determinar la muestra se ha tomó el número de familias en la ciudad de Loja del año 2015 que representa a 51463 familias, cuyos resultados se describen a continuación:

$$n = \frac{N}{1+(e)^2N}$$

$$n = \frac{51463}{1 + (0.05)^2 51463}$$

$$n = \frac{51463}{129.6} = 396,91 \cong 397$$

n= Tamaño de muestra
 e= Margen de error (5%)=0,05
 N= Población o universo
 1= Constante

Por tanto para el desarrollo de este estudio se aplicó 397 encuestas.

Para realizar el trabajo se inició con la determinación de la muestra en la cual se aplicó una encuesta a las 397 familias con la finalidad de saber si la empresa será aceptada así mismo se realizó una encuesta a los 30 centros estéticos que existen en la ciudad.

Así mismo se cumplió con los objetivos propuestos como primer objetivo es determinar el estudio de mercado en la cual se calculó la demanda y oferta, se

realizó el plan de comercialización, luego se determinó el estudio técnico en la cual se establece el tamaño y localización de la empresa, su capacidad instalada y utilizada, la estructura física del proceso del servicio, luego se realizó la acta constitutiva de la empresa, la estructura orgánica con sus respectivos manuales de funciones.

Como último objetivo específico es la estructura del estudio financiero con el fin de conocer la inversión que tuvo la empresa, sus activos, ingresos y egresos y la evaluación financiera a través de los indicadores como el VAN, TIR, RBC, PRC Y Análisis de sensibilidad con aumento en los costos y análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos.

Finalmente se realizó las conclusiones y recomendaciones a la cual se ha llegado.

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

Datos Generales

Sexo

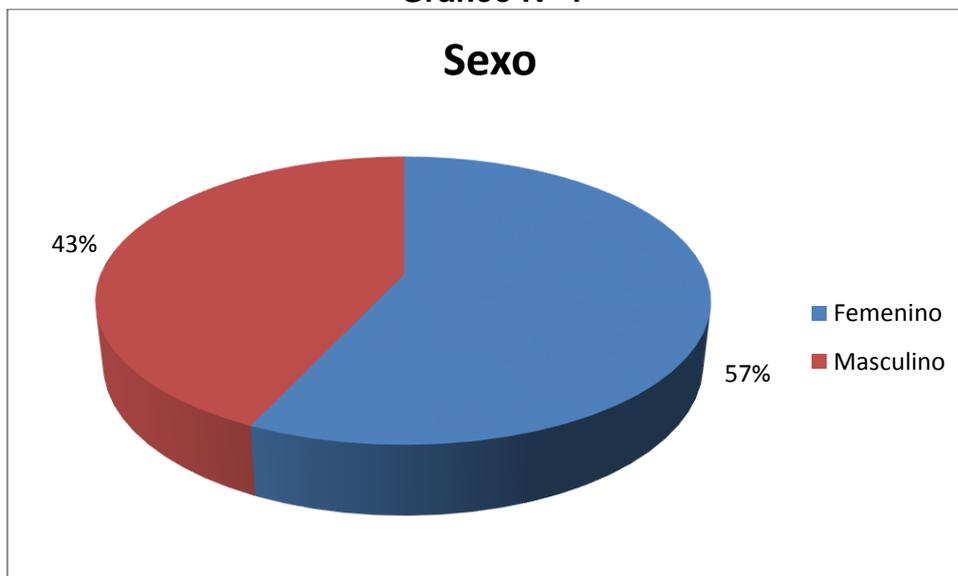
Cuadro N° 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	226	57%
Masculino	171	43%
Total	397	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



Análisis e Interpretación: El 57% corresponde al género femenino y el 43% corresponde al género masculino.

La mayoría de las personas son mujeres.

Cuáles son sus Ingresos actuales

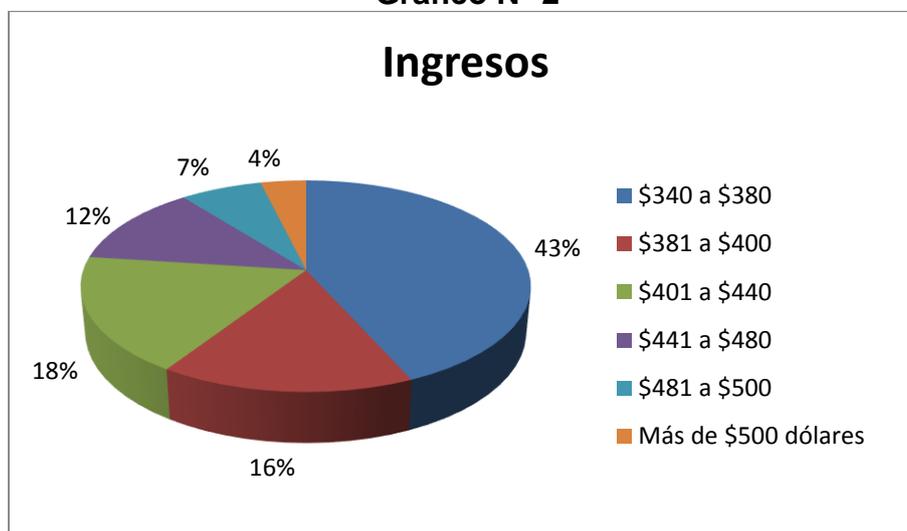
Cuadro N° 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Li	Ls	xm	xm.f
\$340 a \$380	172	43	340	380	360	61.920
\$381 a \$400	63	16	381	400	391	24.602
\$401 a \$440	71	18	401	440	421	298.556
\$441 a \$480	49	12	441	480	461	22.565
\$481 a \$500	27	7	481	500	491	13.244
Más de \$500 dólares	15	4	500	0	500	7.500
Total	397	100				159.685

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{159.685}{397} = 402 \text{ Dólares}$$

El promedio mensual de cada familia es de 402 dólares.

Análisis e Interpretación: Respecto con esta pregunta el 43% indican que tienen un sueldo de \$340 a \$380 dólares; el 18% tienen un sueldo de \$401 a \$480 dólares; el 16% de \$381 a \$400; con el 12% de \$441 a \$480 dólares; el 7% 481 a 500 y el 4% indican que tienen un sueldo más de \$500 dólares.

La mayor parte de las familias tiene un sueldo mensual de 402 dólares.

Datos Específicos

1. ¿Usted hace uso de los servicios estéticos?

Cuadro N° 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	219	55%
No	178	45%
Total	397	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Análisis e Interpretación: El 55% de las familias indican que si hacen uso del servicio y el 45% no hacen el servicio de estética.

Por consiguiente el mercado es amplio ya que la mayor parte de la población encuestada en la ciudad si hace uso del servicio.

2. ¿Cuáles son los lugares donde usted hace uso de los servicios estéticos?

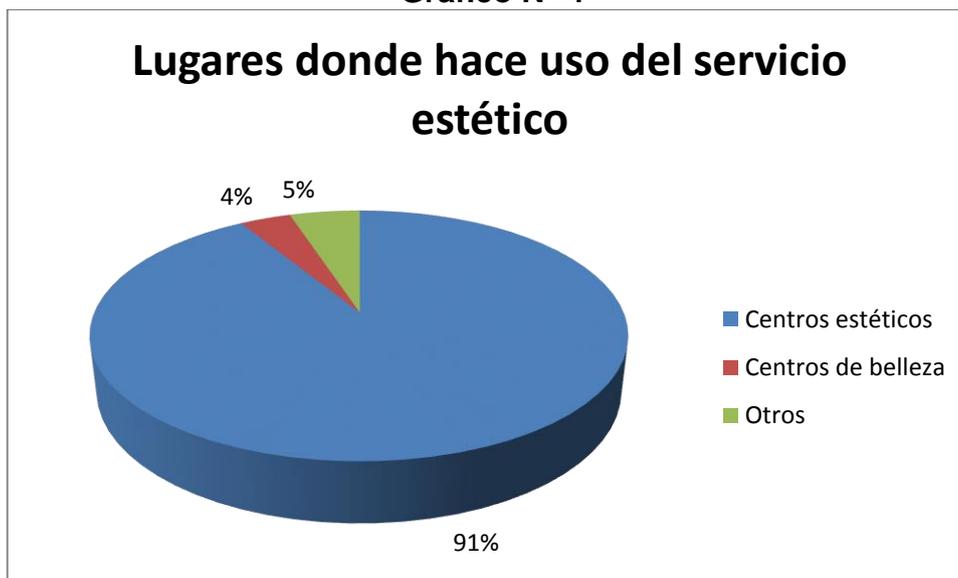
Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centros estéticos	200	91%
Centros de belleza	8	4%
Spa	11	5%
Total	219	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Análisis e Interpretación: El 91% indican que hacen uso de estos servicios en los centros estéticos; el 4% en centros de belleza y el 5% indican que acuden a otros lugares.

Como se puede dar cuenta la mayoría de las personas acuden a los centros estéticos.

3. ¿Indique los servicios que usted más utiliza?

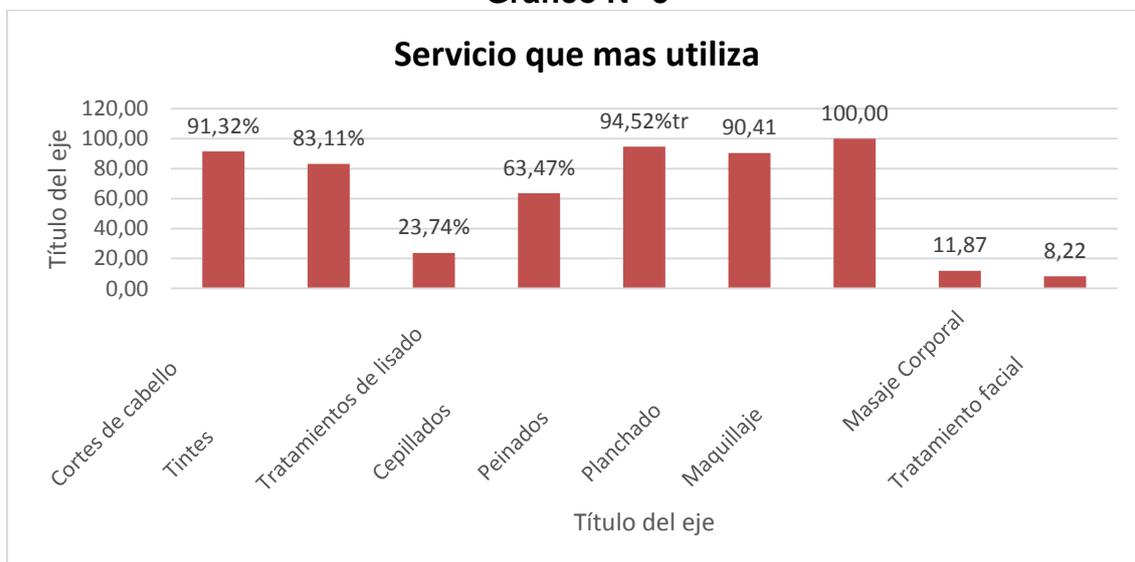
Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cortes de cabello	200	91,32%
Tintes	182	83,11%
Tratamientos de lisado	52	23,74%
Cepillados	139	63,47%
Peinados	207	94,52%
Planchado	198	90,41%
Maquillaje	219	100,00%
Masaje Corporal	26	11,87%
Tratamiento facial	18	8,22%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



Análisis e Interpretación: El 94,52% indican que utilizan el servicio de planchado, el 91,32% el servicio corte de cabello, el 90,41% indican que ocupan el servicio de maquillaje, el 83,11% tintes d cabello, el 63,47% cepillados, el 23,74% tratamientos de lisado, el 11,87% masaje corporal y el 8,22% tratamientos faciales.

La mayoría de las personas hacen uso en los centros estéticos de peinados, maquillaje, planchados mediante esta pregunta se puede poner énfasis en los servicios que más utilizan las personas para la nueva empresa.

4. ¿Cuántas veces acude mensualmente a estos centros estéticos?

Cuadro N° 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Li	Ls	xm	xm.f
1 a 2 veces	214	98%	1	2	1,5	321
3 a 4 veces	2	0,91%	3	4	3,5	7
5 a 6 veces	2	0,91%	4	6	5	10
7 a 8 veces	1	0,46%	7	8	7,5	8
Total	219	100%				346
Promedio mensual						1
Promedio Anual						12

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



Determinación de la media

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{346}{219} = 1 \text{ visitas}$$

Análisis e Interpretación: Según la encuesta aplicada a las familias indicaron que el 98% acuden mensualmente de 1 a 2 veces; el 0.91% de 3 a 4 veces, 0.91% de 5 a 6 veces y el 0.91% de 7 a 8 veces.

El promedio es de 1 visitas mensual y esto se multiplica para los 12 meses que tiene el año da un total de 12 visitas anual.

5. ¿Cuál es el precio que usted paga por el servicio?

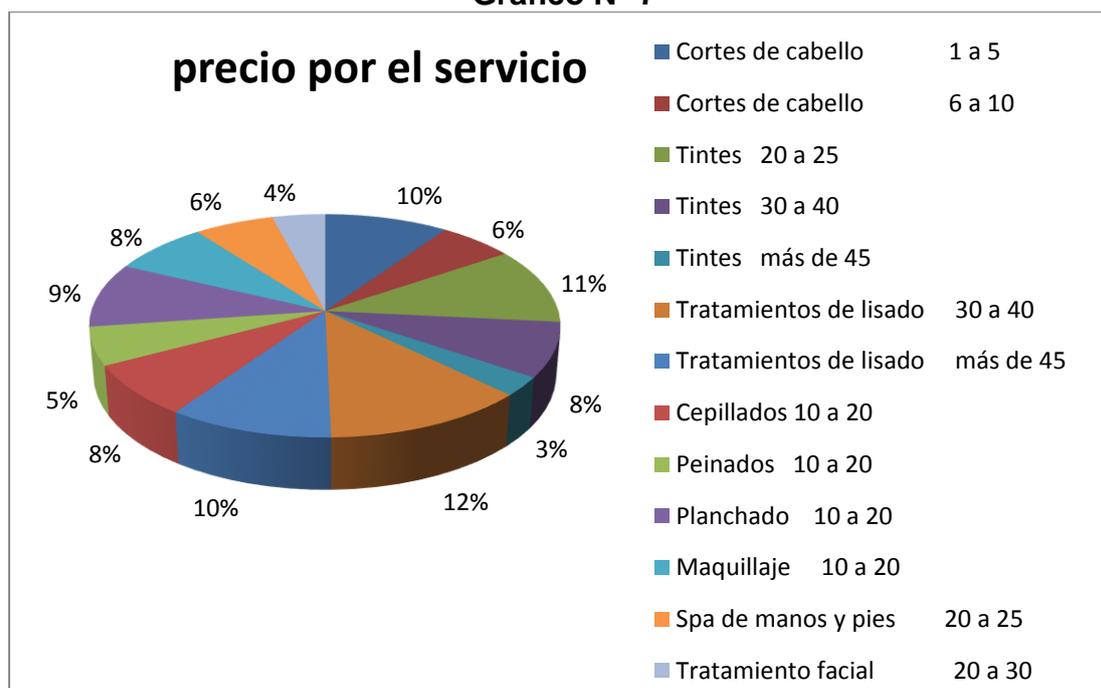
Cuadro N° 8

Variable	Precio	Frecuencia	Porcentaje
Cortes de cabello	1 a 5	28	10%
	6 a 10	17	6%
Tintes	20 a 25	32	11%
	30 a 40	23	8%
	Más de 45	8	3%
Tratamientos de lisado	30 a 40	36	12%
	Más de 45	29	10%
Cepillados	10 a 20	22	8%
Peinados	10 a 20	16	6%
Planchado	10 a 20	27	9%
Maquillaje	10 a 20	22	8%
Spa de manos y pies	20 a 25	18	6%
Tratamiento facial	20 a 30	12	4%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



Análisis e Interpretación: El precio por el servicio indicaron que por el tratamiento de lisado de cabello es de 30 a 40 dólares; el 11% por tintes con un precio de 20 a 25 dólares, con el 12% por el servicio de spa de manos y pies, con el 10% tratamiento de lisado con el precio de 45 dólares; el 8% cepillados con el precio de 10 a 20 dólares, con el 4% tratamiento facial de 20 a 30 dólares.

Determinación del precio promedio por servicio

- Cortes de cabello

Cuadro N° 9

Li	Ls	Xm	Xm.f
1	5	3	84
6	10	8	136
Total			220
Promedio			5

Elaboración: La Autora

Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{220}{45} = 5 \text{ dólares}$$

El costo para el corte de cabello es de 5 dólares.

- Tintes

Cuadro N° 10

Li	Ls	Xm	Xm.f
30	25	27,5	880
30	40	35	805
45	0	45	360
Total			2.045
Promedio			32

Elaboración: La Autora

Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{2.045}{63} = 32 \text{ dólares}$$

El precio para cada tinte de cabellos será de 32 dólares.

- Cepillados

Cuadro N° 11

Li	Ls	Xm	Xm.f
10	20	15	330
Total			330
Promedio			15

Elaboración: La Autora

Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{330}{22} = 15 \text{ dólares}$$

El Costo para cada cepillado de cabello será de 15 dólares

Para el servicio de peinado, planchado y maquillaje igualmente tendrá un costo de 15 dólares.

- **Servicio de Spa y Manos**

Cuadro N° 12

Li	Ls	Xm	Xm.f
20	25	22,5	405
Total			405
Promedio			23

Elaboración: La Autora

Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{405}{18} = 23 \text{ dólares}$$

El precio promedio para el servicio del spa y manos es de 23 dólares.

- **Tratamientos faciales**

Cuadro N° 13

Li	Ls	Xm	Xm.f
20	30	25	300
Total			300
Promedio			25

Elaboración: La Autora

Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n} \qquad \bar{X} = \frac{300}{12} = 25 \text{ dólares}$$

El precio de tratamiento de manos será de 25 dólares

6. ¿Al momento de utilizar este servicio que aspectos toma en consideración?

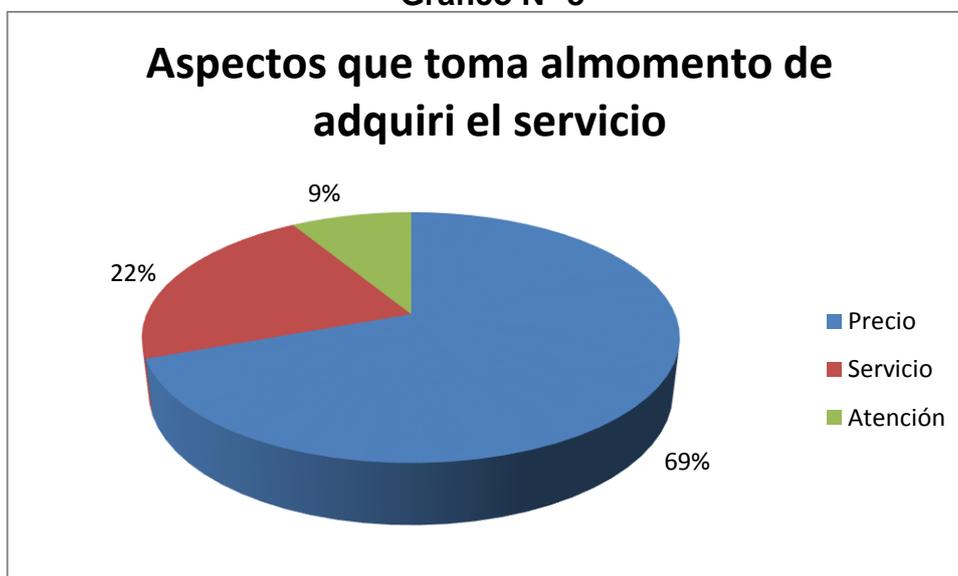
Cuadro N° 14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	152	69%
Servicio	48	22%
Atención	19	9%
Total	219	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Análisis e Interpretación: El 69% indicaron que el aspecto que más consideran es el precio; el 22% por el servicio que ofrecen y el 9% por la atención que brindan.

Las familias toman en cuenta el precio del servicio

7. ¿Usted está de acuerdo que se implemente un centro estético en la ciudad de Loja?

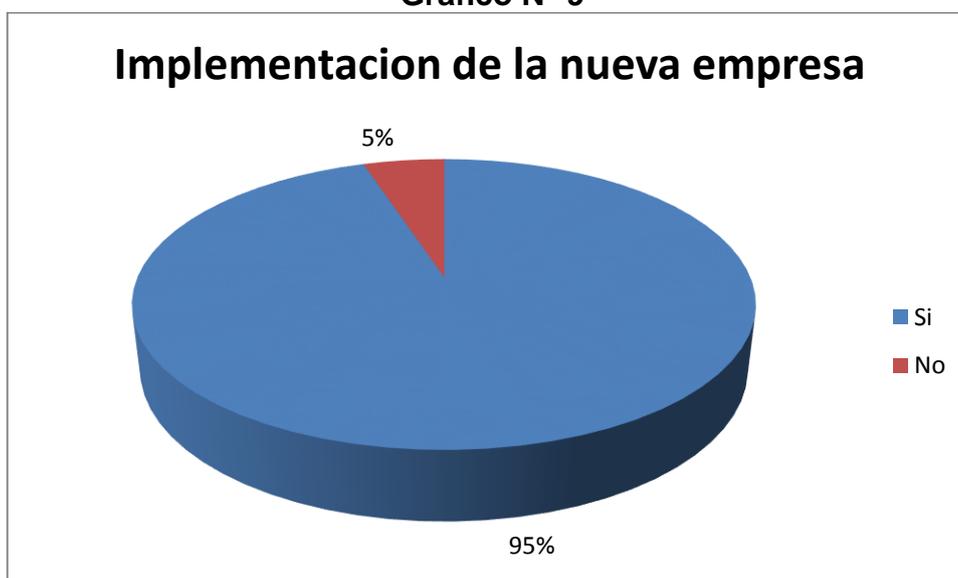
Cuadro N° 15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	208	95%
No	11	5%
Total	219	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



Análisis e Interpretación: El 95% de las familias indicaron que si están de acuerdo en que se implemente una estética en la ciudad de Loja y el 5% no están de acuerdo.

Lo cual indica que se tendrá aceptación en el mercado.

8. Si su respuesta es positiva ¿usted utilizaría el servicio de esta empresa?

Cuadro N° 16

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	172	83%
No	36	17%
Total	208	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N°10



Análisis e Interpretación: Las familias indicaron que si están dispuestas a utilizar el servicio siendo un porcentaje del 83% y el 17% manifestaron que no utilizarían de este servicio.

Existe mayor preferencia por el servicio que se brindaría en el centro unisex.

9. ¿Qué promociones le gustaría que ofrezca la empresa?

Cuadro N° 17

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	90	52%
Ofertas	42	24%
Productos Gratis	24	14%
Otros	16	9%
Total	172	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Análisis e Interpretación: Las promociones que las familias desearían son con el 52% prefieren los descuentos; el 25% ofertas; el 14% productos gratis y el 9% indican que prefieren otras promociones.

La mayoría de las personas indican que prefieren descuentos por el servicio.

10. ¿En qué horarios le gustaría acudir al Centro unisex?

Cuadro N° 18

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	61	35%
Tarde	111	65%
Total	172	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



Análisis e Interpretación: El 65% indicaron que acudirían en la tarde y el 35% en la mañana.

El horario que acudiría cada persona es en la tarde la cual se tendrá en cuenta para la nueva empresa con el horario.

11. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la nueva empresa?

Cuadro N° 19

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	148	86%
TV	14	8%
Prensa escrita	10	6%
Total	172	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



Análisis e Interpretación: Los medios que prefieren el de mayor frecuencia es la radio con el porcentaje del 86%; el 8% prefieren por medio de la televisión y el 6% por la prensa escrita.

Las personas sintonizan con mayor frecuencia a la radio, el mismo que para la publicidad del servicio de la empresa se realizara por este medio.

12. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la nueva empresa?

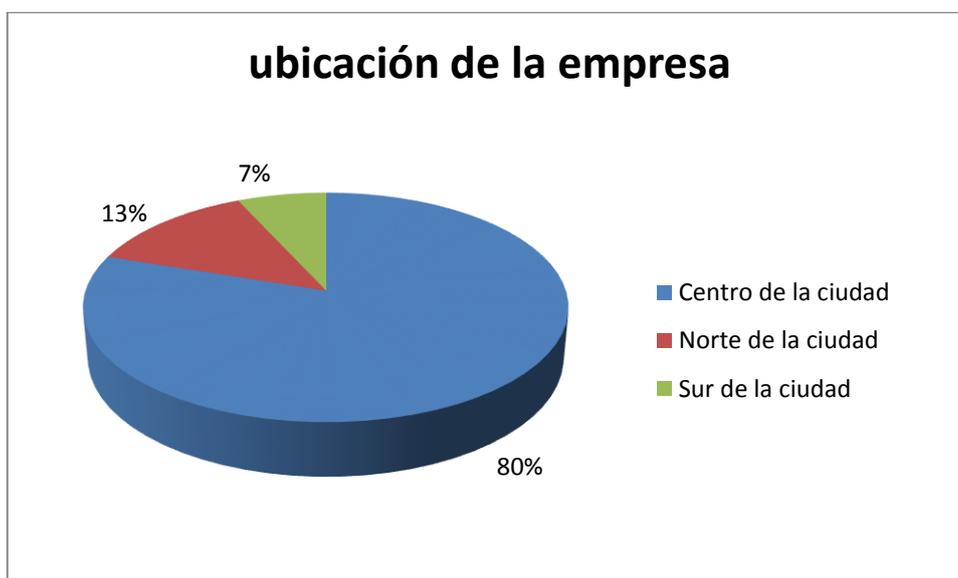
Cuadro N° 20

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	137	80%
Norte de la ciudad	23	13%
Sur de la ciudad	12	7%
Total	172	100%

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



Análisis e Interpretación: Las familias manifestaron que prefieren que se implemente la empresa en el centro de la ciudad esto es con el 80%; el 13% en el norte de la ciudad y el 7% prefieren que sea en el sur de la ciudad.

La mayoría indicaron que se encuentre ubicada en el centro de la ciudad.

ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE LOS CENTROS ESTÉTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. Nombre y dirección de su empresa

Cuadro N° 21

N°	Nombre	Dirección
1	Ámbar Peluquería	Olmedo y Miguel Riofrio
2	Mercy Peluquería	Olmedo y Lourdes
3	Luisa Peluquería	Bernardo Valdivieso y Colon
4	Estética Mayra	Juan de Salinas y Bolívar
5	Estética Paula	Supermaxi La pradera
6	Estética Paula	Diagonal al Parque Bolívar
7	Estética Paula	Colon y Bolívar
8	Peluquería Roberts	10 de agosto y Sucre
9	Peluquería Marielena León	Olmedo y Lourdes
10	Fórmula 22	Miguel Riofrio y Bernardo Valdivieso
11	Karina Sánchez	Bernardo Valdivieso y José Antonio Eguiguren
12	Peluquería Anita	18 de nov, y José Antonio Eguiguren.
13	Peluquería Soña	centro comercial 2 piso
14	Peluquería Cruskaya	Olmedo y colon esquina.
15	Peluquería Unisex,	Miguel Riofrio y Lauro Guerrero
16	Peluquería Alexander	Juan Montalvo y Seminario
17	Peluquería Rosita	Los Geranios: rosas y orquídeas
18	Peluquería Jimmy	Centro Comercial 2 piso
19	Peluquería Chavi	Miguel Riofrio y Lauro Guerrero
20	Peluquería Camila Hurtado	Lauro Guerrero y Azuay
21	Peluquería Marquiño	Sucre y Lourdes
22	Peluquería Don Livio	J.A. Eguiguren y Bolívar
23	Peluquería Alemana	Lauro Guerrero y Pasaje La FEUE
24	Peluquería Carmita	Ramón Pinto y Rocafuerte
25	Peluquería Esmeralda	Azuay y Ramón Pinto
26	Centro Estético Las Palmas	Av. Orillas del Zamora
27	Chavelita Peluquería	J.A.Eguiguren y 18 de Noviembre
28	Marisol Estética	Rocafuerte y Av. Universitaria
29	Centro Marisol	Juan de Salinas y Bolívar
30	Unisex Peluquería	Sucre y Rocafuerte 2do. Piso

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

2. ¿Qué tipo de servicios usted ofrece en su empresa?

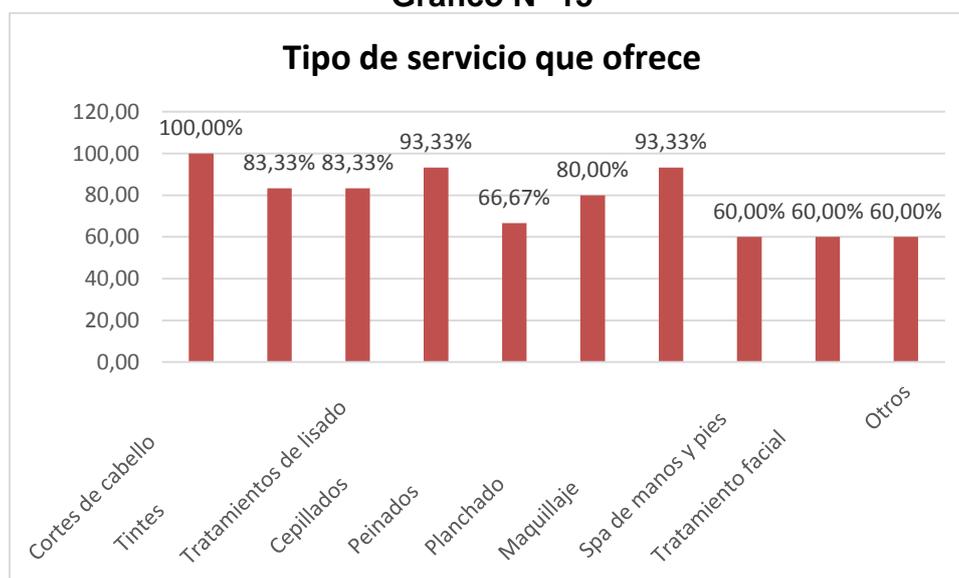
Cuadro N° 22

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cortes de cabello	30	100,00%
Tintes	25	83,33%
Tratamientos de lisado	25	83,33%
Cepillados	28	93,33%
Peinados	20	66,67%
Planchado	24	80,00%
Maquillaje	28	93,33%
Spa de manos y pies	18	60,00%
Tratamiento facial	18	60,00%
Otros	18	60,00%

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



Análisis e Interpretación: Los oferentes indicaron el tipo de servicio que tienen con el 100% que representa 30 encuestas corresponde a cortes de cabello; el 93,33% son cepillados y maquillaje; el 83,33% servicios de tintes, tratamiento de lisado; el 80,00% planchado; el 66,67% peinados; el 60,00% spa de manos y pies, tratamientos faciales y otros.

2. ¿Qué aspecto toman en consideración sus clientes al momento de adquirir los servicios?

Cuadro N° 23

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	13	43%
Presentación	9	30%
Atención	6	20%
Otros	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16



Análisis e Interpretación: Los oferentes manifestaron que toman en consideración el precio con el porcentaje del 43%; el 30% la presentación; el 20% la atención hacia los clientes y el 7% indicaron que toman otros aspectos para ofrecer el servicio.

La mayoría de los propietarios indicaron que las personas toman en consideración el precio del servicio.

3. ¿Cuántas personas visitan a su empresa mensualmente?

Cuadro N° 24

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Li	Ls	xm	xm.f
1 a 50	0	0	0	0	0	0
51 a 100	1	4	51	100	75,5	76
101 a 200	1	3	101	200	150,5	151
201 a 300	28	93	201	300	250,5	7014
Total	30	100				7240
						241,33

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 17



Formula del promedio

$$\bar{X} = \frac{\sum X.f}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{7.240}{30} = 241,33 \text{ visitas mensuales}$$

El promedio en visitas para cada propietario de los centros estéticos es de 241 visitas.

Lo que demuestra que el promedio de visitas es de 241,33 mensual y esto multiplicado por 12 meses que tiene el año da un total de 2.896 visitas anual.

Análisis e Interpretación: Con el 53% acuden de 201 a 300 personas mensualmente; con el 33% de 101 a 200 personas; con el 10% de 51 a 100 personas y con el 3% de a 1 a 5 personas mensualmente.

5. ¿En qué medio de comunicación oferta usted el servicio que ofrece?

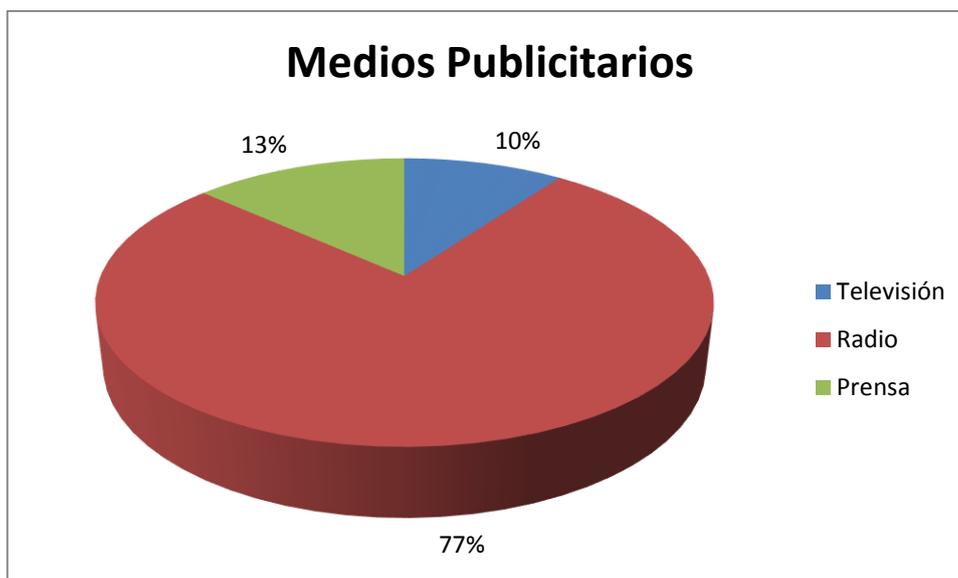
Cuadro N° 25

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	3	10%
Radio	23	77%
Prensa	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 18



Análisis e Interpretación: Los oferentes indicaron que dan a conocer de su servicio por medio de la radio con el 77%, el 13% por medio de la prensa y el 10% por medio de la televisión.

Los medios que prefieren los propietarios es la radio.

6. ¿Brinda su empresa promociones a sus clientes?

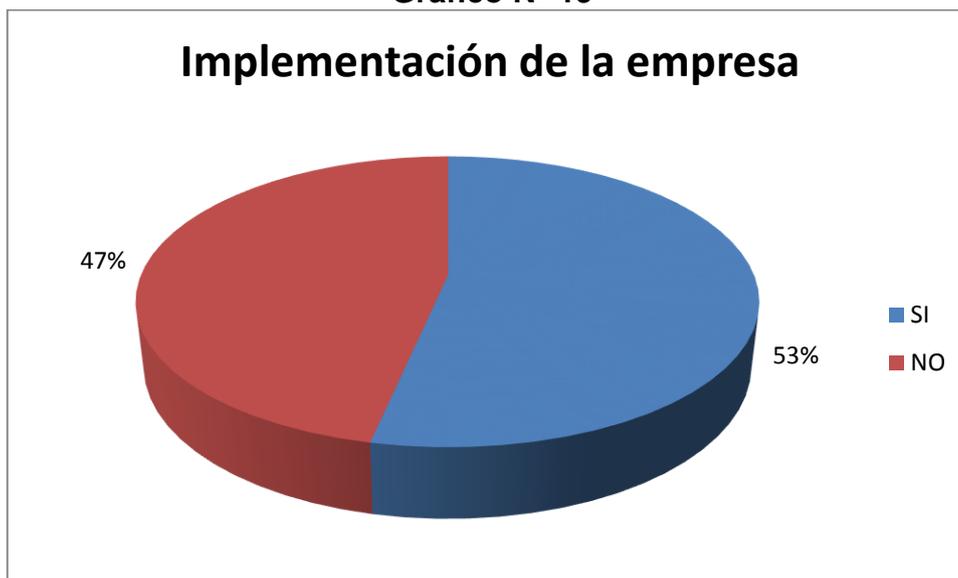
Cuadro N° 26

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	53%
No	14	47%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



Análisis e Interpretación: El 53% indicaron que si brinda promociones su empresa y el 47% no ofrece promociones a los clientes.

Los propietarios de los centros estéticos indicaron que si brindan promociones por el servicio que ofrecen.

7. ¿Qué tipo de promociones son las que su empresa brinda a sus clientes?

Cuadro N° 27

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	22	73%
Ofertas	2	7%
Productos Gratis	4	13%
Otros	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas Realizada a los centros estéticos

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20



Análisis e Interpretación: Las promociones que brindan los dueños de las empresas los descuentos con el 73%; con el 13% ofrecen productos gratis; el 7% ofertas y el 7% indican que ofrecen otros productos.

El tipo de promoción que ofrecen son los descuentos.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la Demanda

Demanda Potencial.- Se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, que es de 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010.

Además para obtener la demanda potencial se realizó una pregunta que si hacen uso de los servicios estéticos con el 55% de las familias que dijeron que si cuadro N° 4, cuyo cuadro se describe a continuación.

Cuadro N° 28
Demanda Potencial

Años	Familias 2,65%	Demanda Potencial (55%)
1	50134	27574
2	51463	28304
3	52826	29054
4	54226	29824
5	55663	30615
6	57138	31426
7	58652	32259
8	60207	33114
9	61802	33991
10	63440	34892

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

Demanda Real.- Se determina en base a la encuesta aplicada a los demandantes en la pregunta N° 15, en la que indican que si están de acuerdo a que se implemente un centro estético en la ciudad de Loja, con un porcentaje del 95%.

**Cuadro N° 29
Demanda Real**

Años	Demanda Potencial (55%)	Demanda Real (95%)
1	27574	26195
2	28304	26889
3	29054	27602
4	29824	28333
5	30615	29084
6	31426	29855
7	32259	30646
8	33114	31458
9	33991	32292
10	34892	33147

Fuente: Cuadro N° 15 y 28

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva.- Se determinó de la encuesta a los demandantes que si van a utilizar los servicios del nuevo centro estético a implementarse; cuadro N° 16 con el porcentaje del 85%.

**Cuadro N° 30
Demanda Efectiva**

Años	Demanda Real (95%)	Demanda Efectiva (83%)
1	26195	21742
2	26889	22318
3	27602	22909
4	28333	23517
5	29084	24140
6	29855	24779
7	30646	25436
8	31458	26110
9	32292	26802
10	33147	27512

Fuente: Cuadro N° 16 y 29

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva en Visitas

La visita promedio a un centro estético por familia anualmente es de 12 (Cuadro N° 7), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en visitas, multiplicando la demanda efectiva por el uso promedio per cápita.

**Cuadro N° 31
Demanda Efectiva en visitas**

Año	Demanda efectiva (familias)	visitas	Demanda Efectiva en Visitas
1	21742	12	260902
2	22318	12	267816
3	22909	12	274913
4	23517	12	282199
5	24140	12	289677
6	24779	12	297353
7	25436	12	305233
8	26110	12	313322
9	26802	12	321625
10	27512	12	330148

Fuente: Cuadro N° 7 y 30

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual

La oferta actual, es la cantidad promedio de servicios que tiene cada oferente en el mercado local. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de visitas mensualmente por los diferentes oferentes para conocer cuál es el servicio promedio anual (Cuadro N° 23). Con base a esta información se calculó el promedio de oferta:

Cuadro N° 32

OFERTA		
Centros Estéticos	Promedio en visitas	Promedio anual en Visitas
30	2896	86880

Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: La Autora

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 2.65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro N° 33
Oferta Proyectada

Años	Oferta
1	86880
2	88852
3	90869
4	92932
5	95041
6	97199
7	99405
8	101662
9	103969
10	106330

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: La Autora

Análisis Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de servicios estéticos en el mercado de la ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 823.833 anual y la oferta de 69.180 visitas, la diferencia de estas da como resultado una demanda insatisfecha de 754.653 al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

**Demanda Insatisfecha
Cuadro Nº 34**

Años	Demanda en Visitas	Oferta Anual en Visitas	Demanda Insatisfecha en Visitas
1	260.902	86.880	174.022
2	267.816	88.852	178.964
3	274.913	90.869	184.044
4	282.199	92.932	189.267
5	289.677	95.041	194.635
6	297.353	97.199	200.154
7	305.233	99.405	205.828
8	313.322	101.662	211.660
9	321.625	103.969	217.655
10	330.148	106.330	223.818

Fuente: Cuadro Nº 31 y 33

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La combinación de los cuatro elementos primarios componen el marketing de una empresa, se denomina mezcla de mercado. El diseño, la instrumentación y la evaluación de la mezcla de mercado representa la mayor parte de las fuerzas de la mercadotecnia de una empresa. Los cuatro elementos de la mezcla de mercadeo son:

Producto

Consecuentemente el servicio del presente proyecto es ofrecer siempre amabilidad, responsabilidad, seriedad y confiabilidad para satisfacer las exigencias y gustos de los clientes. Con trato adecuado, proporcionando al mercado un servicio de elevada calidad para la obtención de servicio de estética que permita satisfacer los requerimientos de los clientes, teniendo como característica principal la cordialidad con los visitantes.

Precio

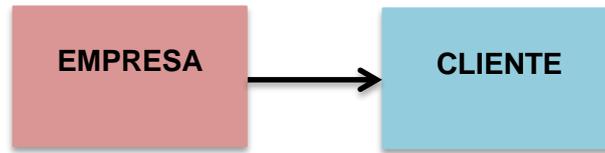
Es necesario destacar que lo principal para el cliente es siempre conocer el precio de todo servicio, ya que este es muy representativo e influye en el usuario para definir la importancia en la calidad y mucho más cuando la información que se tiene es escasa.

El precio de los servicios que la empresa ofrecerá son para el corte de cabello es de \$2,50, peinados \$5, maquillaje de \$3,50 y masajes corporales 5 dólares.

Plaza

El servicio que se ofrece en el presente proyecto es opcional mas no de primera necesidad, se caracteriza por estar al alcance de un grupo de personas, ya que hoy en la actualidad no se cuenta con la suficiente cantidad de ingresos como para poder satisfacer los gustos y necesidades placenteras y satisfactorias con el núcleo familiar.

Para seleccionar el canal de distribución más adecuado para el servicio es necesario tomar en cuenta la cobertura del mercado que se pretende; el costo que se irá incrementando al producto, debido a que cada nivel de intermediario le aumenta el precio al producto; y el costo que se debe elegir de uno u otro canal. Con dicha información el canal de distribución del proyecto quedaría estructurado de la siguiente manera.

Gráfico N° 21**Publicidad**

La publicidad tiene por objeto los estudios de los procedimientos más adecuados para la divulgación comercial de un servicio o producto.

Por tal motivo la publicidad utilizada será de tipo informativa, siendo un producto importante porque con esto se pretende informar al cliente sobre la misión y al mismo tiempo convencerlo de utilizar nuestro servicio y se lo realizara a través de:

Publicidad en medios de Comunicación

Se llevara a cabo una campaña de lanzamiento en las principales radios de Loja así dentro de las principales cadenas informativas tenemos los siguientes:

Radio Matovelle y la radio Luz y vida.

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño y Localización

Culminado el estudio de mercado al servicio a ofrecer y de la materia prima se analizará con profundidad y objetividad con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacer funcionar la empresa. La importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta es para justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no soporte la demanda.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se pretende realizar un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

El objetivo de este estudio técnico es verificar si el servicio a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para la generación del servicio.

El estudio técnico se divide en las diferentes áreas:

- Determinación del tamaño de la planta
- Estudio de ingeniería.

Tamaño

El tamaño del presente proyecto se lo determina en función a la demanda insatisfecha proyectada para los cinco años de vida útil del proyecto, sin dejar de lado el espacio físico necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Capacidad Instalada

Es la actividad máxima posible de alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada. Para el presente proyecto se tomara en consideración la tasa máxima de producción de acuerdo a la capacidad financiera y disponibilidad de personal.

Si la empresa trabajara los 7 días de la semana y 16 horas diarias, contando con 4 trabajadores se podrían realizar los siguientes servicios:

Corte cabello: 32 servicios de 30 minutos cada uno.

Peinados: 16 servicios de una hora cada uno.

Maquillaje: 32 de servicios de 30 minutos cada uno.

Masajes Corporales: 8 servicios de 2 horas cada uno.

Dando un total de 88 servicios en las 16 horas (teniendo en cuenta que cada trabajador se dedicara a un servicio en específico, es decir se cuenta con 4 trabajadores y 4 servicios a brindar)

Cuadro N° 35

Capacidad Instalada

Servicios en el día	Servicios a la semana	Servicios en el año
88	$88*7=616$	$616*365= 224.840$

Elaboración: La Autora

Nota: La empresa no toma en cuenta las 24 horas que tiene el día, ya que es una empresa donde el factor principal es la mano de obra.

CAPACIDAD UTILIZADA

Como su nombre lo dice se caracteriza por ser la que está determinada por el nivel de demanda que se desea atender en un determinado período. El nivel de utilización radica en el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada. Es decir que se halla estrechamente ligada a esta y se calcula utilizando factores condicionantes, como: introducción del servicio, contratación de mano de obra calificada, los días que se van a trabajar en el año, el mantenimiento de los equipos, daños eventuales.

La va a empresa trabajar los 5 días de la semana y 8 horas diarias, contando con 4 trabajadores se podrían realizar los siguientes servicios:

Corte cabello: 16 servicios de 30 minutos cada uno.

Peinados: 8 servicios de una hora cada uno.

Maquillaje: 16 de servicios de 30 minutos cada uno.

Masajes Corporales: 4 servicios de 2 horas cada uno.

Dando un total de 44 servicios en las 16 horas (teniendo en cuenta que cada trabajador se dedicara a un servicio en específico, es decir se cuenta con 4 trabajadores y 4 servicios a brindar).

Cuadro N° 36

Capacidad Utilizada

Servicios en el día	Servicios a la semana	Servicios en el año
44	$44*5=220$	$220*260= 57.200$

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 37
Capacidad Utilizada %

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	224.840	25%	57200
2	224.840	28%	63945
3	224.840	31%	70690
4	224.840	34%	77436
5	224.840	37%	84181
6	224.840	40%	90926
7	224.840	43%	97671
8	224.840	46%	104416
9	224.840	49%	111162
10	224.840	52%	117907

Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: La Autora

Prorrateo del Número de Servicios:

Se describe el total de cada servicio a ofrecer en el año según la capacidad a utilizarse, como lo indica el siguiente cuadro:

Cuadro N° 38

Prorrateo del Número de Servicios

Variable	N° de Servicios	% Prorrateo
Cortes de cabello	16	36,36
Peinados	8	18,18
Maquillaje	16	36,36
Masajes Corporales	4	10
Total	44	100

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 39
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	174.022	57200	32,87
2	178.964	63945	35,73
3	184.044	70690	38,41
4	189.267	77436	40,91
5	194.635	84181	43,25
6	200.154	90926	45,43
7	205.828	97671	47,45
8	211.660	104416	49,33
9	217.655	111162	51,07
10	223.818	117907	52,68

Fuente: Cuadro N° 34 y 37

Elaboración: La Autora

Capacidad Financiera

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, con el fin de lograr objetivos de crecimiento y desarrollo, buscando obtener utilidades en sus operaciones del día a día

Capacidad Administrativa

Es el proceso de trabajar con y a través de otras personas a fin de lograr los objetivos de la empresa.

Localización

La selección de la localización del proyecto se definió en dos ámbitos; el de la macro- localización donde se eligió el lugar donde va hacer la empresa y el micro- localización que determina el lugar específico donde se instalara la empresa.

Macro localización

Está relacionada con la ubicación de la empresa dentro del mercado local frente a un mercado de posible incidencia. La misma para nuestro proyecto se ha determinado que será la ciudad de Loja.

**Macro localización
Gráfico N° 22**

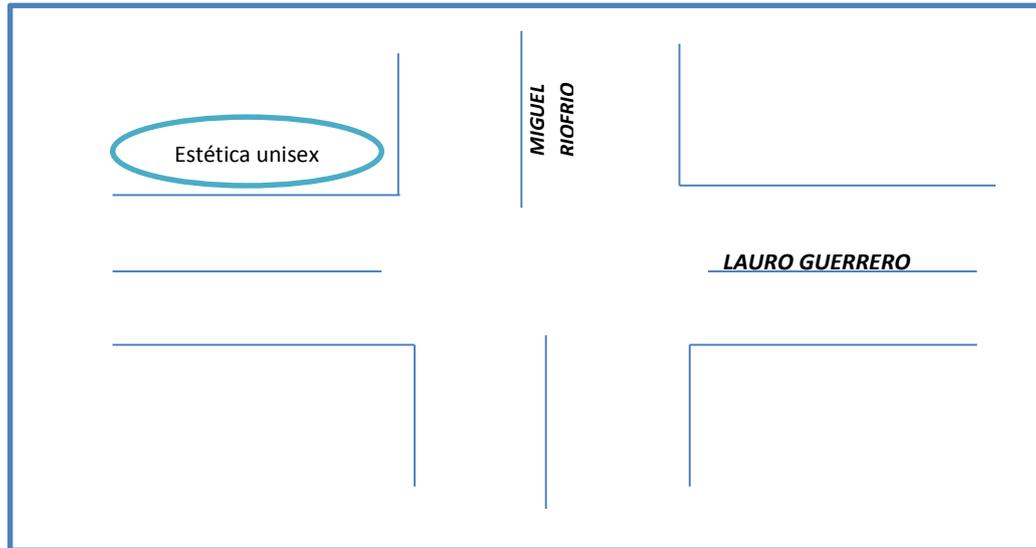


Micro localización

Es en donde se define específicamente la ubicación, mediante calles y lugares exactos tanto lugar donde se realizará estos servicios.

La misma se encontrará ubicada en las calles Lauro Guerrero y Miguel Riofrío

Micro localización Gráfico N° 23



Para lo cual se debe determinar unos factores que permitan el normal funcionamiento de la empresa.

Transporte

Corresponde a los medios y costos de transportes necesarios para llegar hacia el lugar de la empresa.

Disponibilidad del Personal Capacitado

Se relaciona a la mano de obra capacitada y especializada en cada función necesaria para la empresa, lo que genera que el trabajo a realizarse se lo haga con mayor eficiencia y efectividad.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Componente Tecnológico

Alisadora de cabello

Gráfico N° 24



Secadora de Cabello

Gráfico N° 25



Set de maquillaje

Gráfico N° 26



Cortadora de Cabello
Gráfico N° 27



Set de Tijeras
Gráfico N° 28



INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Gráfico N° 29



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La empresa estará distribuida de la siguiente manera:

Área Administrativa

- Gerente
- Secretaria – Contadora

Área de Servicios

- 4 Operarios

PROCESO DEL SERVICIO

Bienvenida del cliente: es el contacto de primera instancia por el personal de la empresa; **Recepción del cliente:** reciben solicitudes de los servicios a utilizar que harán uso los clientes al momento de entrar a la empresa;

Control de calidad: se mide la calidad del servicio mediante un buzón de comentarios y sugerencia; **Despedida del cliente:** es la parte final del proceso y se la realiza con el fin de medir el grado de satisfacción del cliente.

Diseño del Servicio

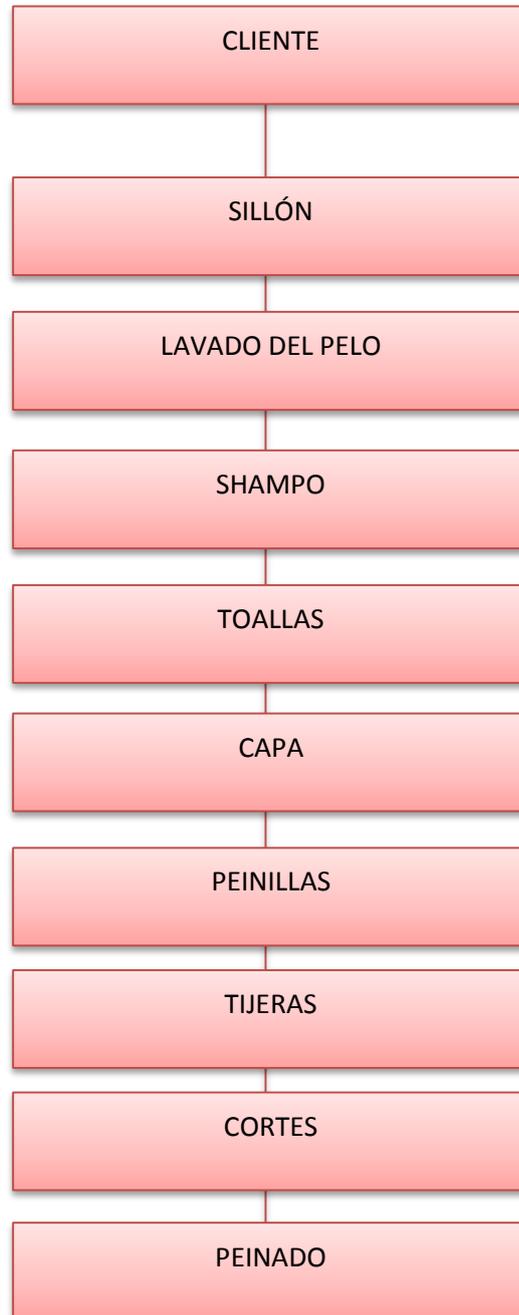
Gráfico N° 30



Elaboración: La Autora

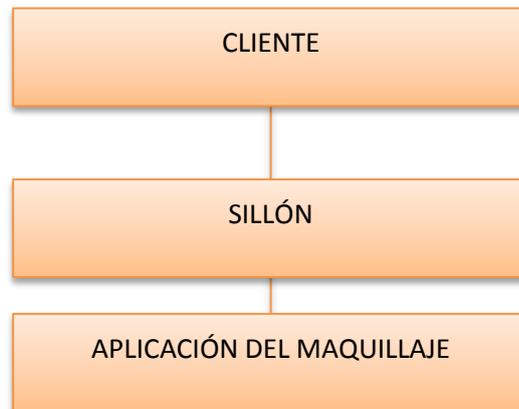
FLUJO GRAMA DE PROCESOS

Proceso para Realizar el Corte de Pelo y Peinado



Tiempo Estimado 30 minutos

Proceso para el Maquillaje



Tiempo Estimado 30 minutos

Proceso para Realizar Masajes Corporales



Tiempo Estimado 120 minutos

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

La empresa pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la ciudad de Loja.

Organización Legal de la Empresa.

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

La empresa de Servicios se constituirá legalmente cumpliendo con todas las normas legales establecidas en el país, cumpliendo con los permisos de funcionamiento emitido por las instituciones correspondientes.

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportaciones por 1 accionista. Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: “**Estética Unisex Cindy**”
- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será de ofrecer servicios en la ciudad de Loja.

- **Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en la parroquia sucre en las calles Lauro Guerrero y Miguel Riofrio.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.
- **Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de cinco años a partir de su fecha de inscripción.
- **Capital:** La empresa estará conformada por 1 accionista, las cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerá el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

Derecho del Accionista

Las accionistas tendrán los siguientes derechos:

- ❖ Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- ❖ Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- ❖ No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- ❖ Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- ❖ Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

Obligaciones de las Accionistas.

Las obligaciones de las accionistas en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:

- * Pagar a la empresa la participación suscrita.
- * Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.

- * No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

Estructura Administrativa

Para cumplir con los objetivos del proyecto planteado, es necesario considerar el aprovechamiento de los recursos humanos de tal manera que cumplan con éxito todas las funciones, las que deben estar relacionadas con la naturaleza de la empresa y comprometidos con los objetivos y políticas que se plantean en la misma, lográndose la eficiencia, eficacia y economía de los recursos.

Niveles Jerárquicos de la Empresa

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa, y conforme lo que establece en la Ley de Compañías en cuanto a la administración, estos cumplen con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos por la empresa, misma que tendrá la siguiente estructura organizativa:

- Nivel Legislativo:** Es el máximo nivel de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará; está conformado por la Junta General de Accionistas, la cual está integrada por el accionista quienes son las que dictan las políticas y reglamentos bajo la cual operará la empresa.
- Nivel ejecutivo.-** Es aquel que toma decisiones sobre políticas generales conformado por el Gerente Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo (accionistas) y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, y el éxito o fracaso de la misma se deberá a su capacidad de gestión y creatividad.
- Nivel Asesor:** Este nivel no tiene autoridad de mando, es el que orientará y determinará las decisiones que alcancen un tratamiento especial siempre y

cuando estén encaminadas a beneficiar a la empresa y sus recursos, pueden ser situaciones de carácter laboral, relaciones judiciales, etc., está representado por el asesor jurídico.

- d. **Nivel Auxiliar o Apoyo:** Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, en el que operan secretaria y servicios generales.
- e. **Nivel Operativo:** En este nivel se ubican las personas que tienen relación directa con el servicio al cliente.

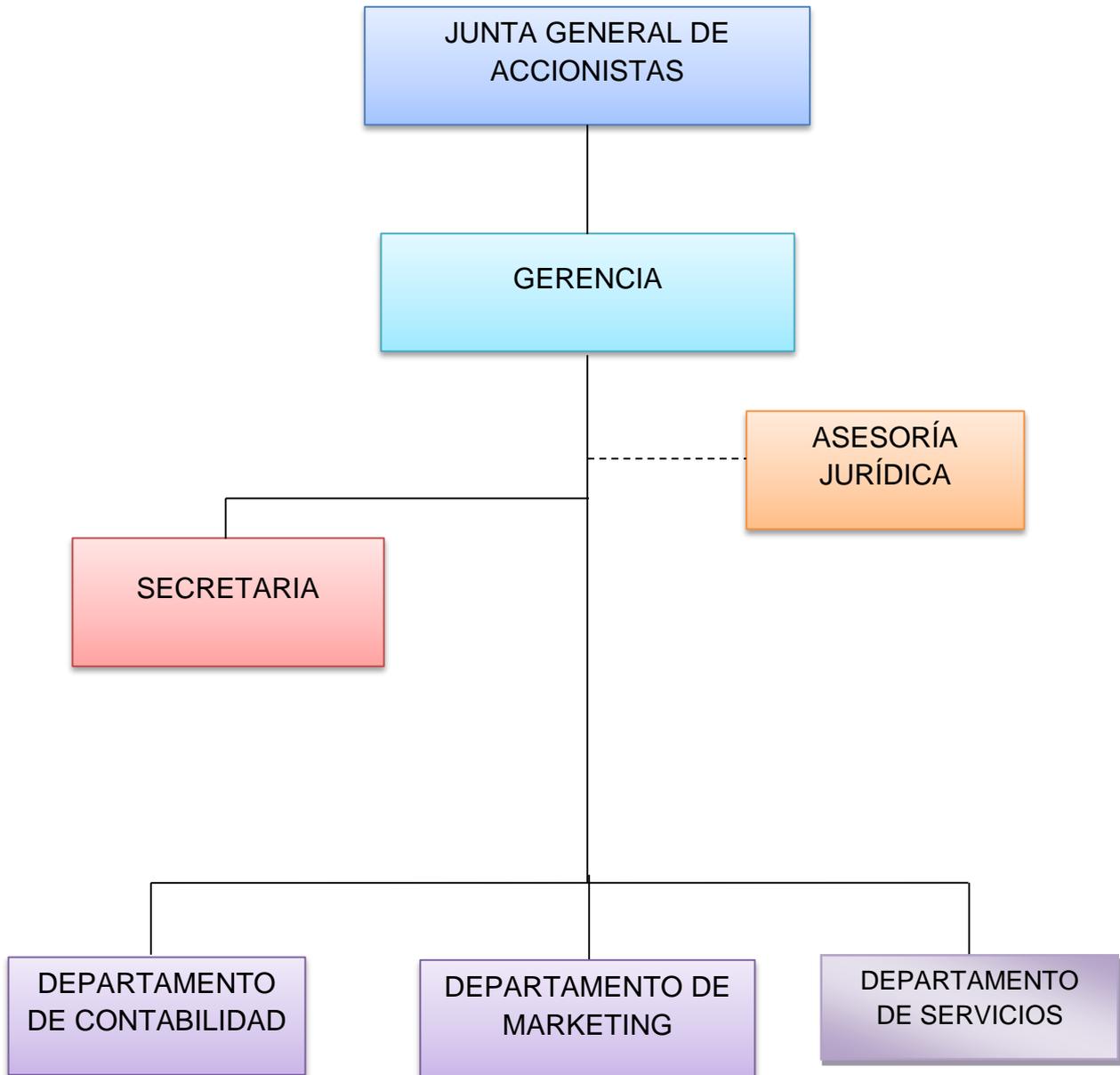
Organigramas

Son las representaciones gráficas de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”

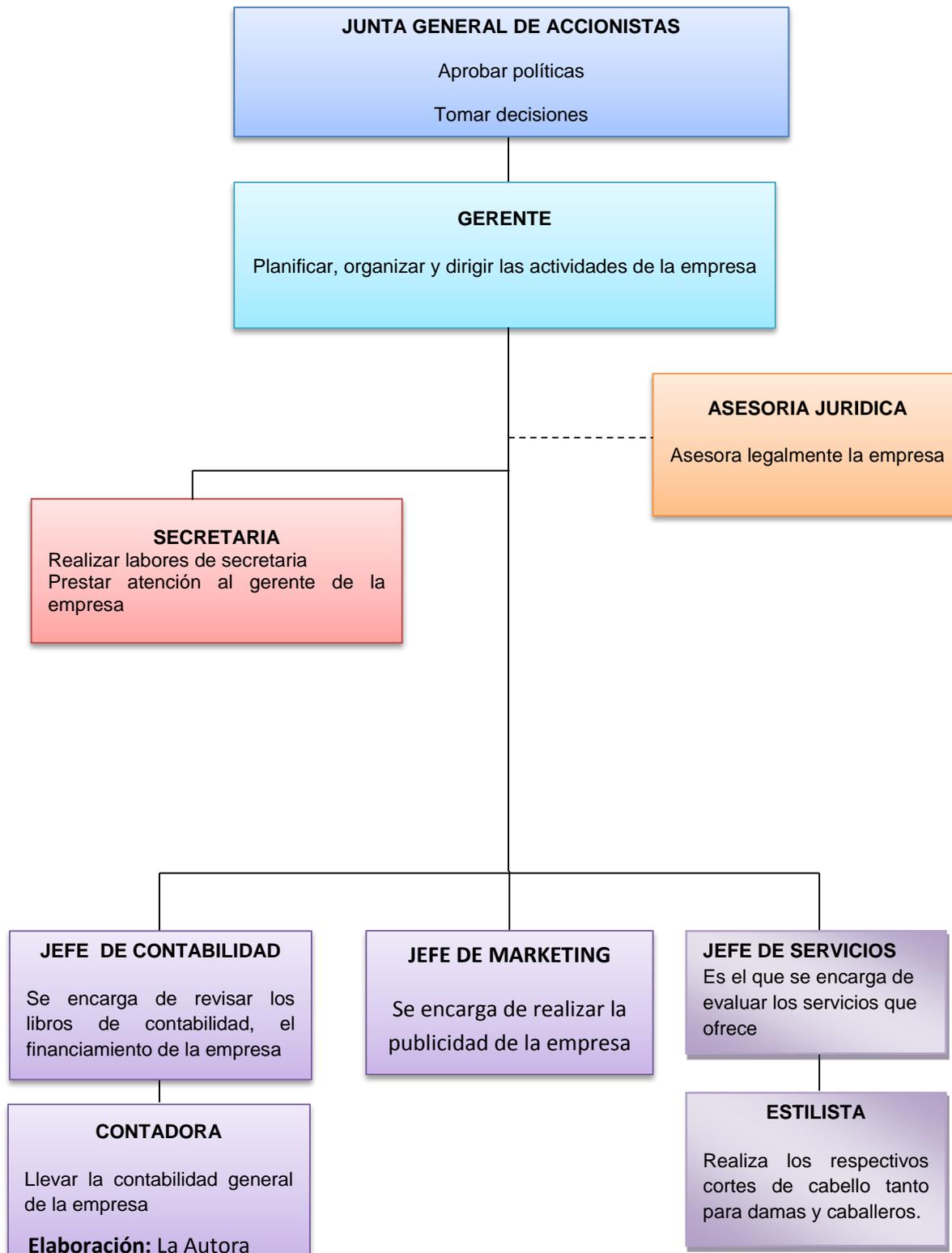
La empresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos básicos.

Para el presente proyecto de inversión se determina los siguientes organigramas por su contenido, como son el organigrama estructural y funcional.

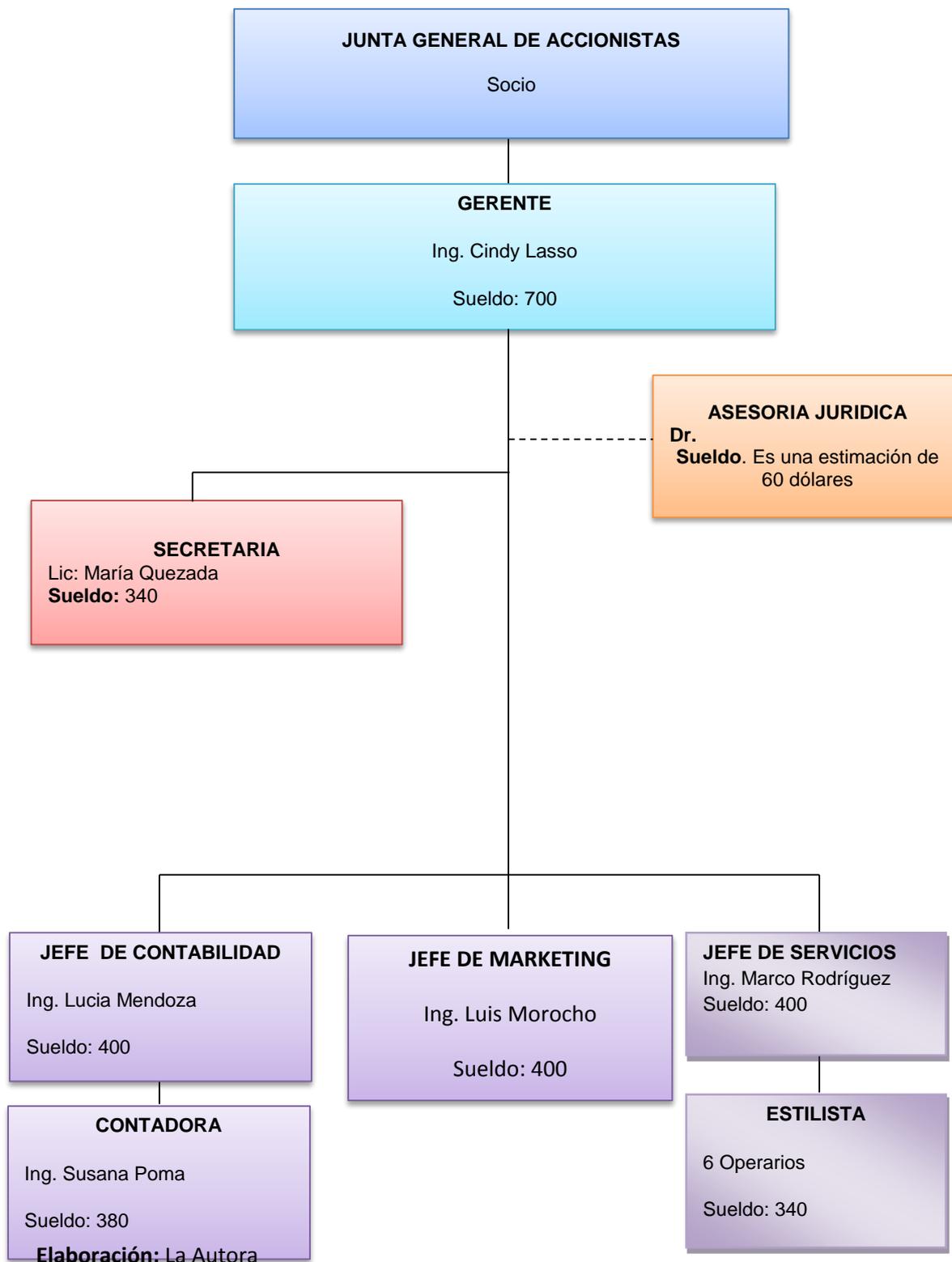
A continuación se exponen los organigramas para una mejor información de los lectores o estudiantes que necesiten de esta información.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA ESTÉTICA UNISEX**CINDY****Elaboración:** La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA ESTÉTICA UNISEX CINDY



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA ESTÉTICA UNISEX CINDY



MANUAL DE FUNCIONES

Se determina las funciones y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa como también define el grado de autoridad.

<p>Código: 001</p>	
<p>TITULO DEL PUESTO:</p>	<p>Junta General de Accionistas</p>
<p>NIVEL JERARQUICO:</p>	<p>Nivel Legislativo</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Dicta leyes, reglamentos y políticas de la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES TIPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer cumplir las leyes, reglamentos y normas que rigen la vida administrativa y jurídica de la empresa. • Nombrar al gerente • Tomar decisiones para la buena marcha de la empresa. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS:</p>	
<p>EDUCACION: Doctor en Leyes</p>	
<p>EXPERIENCIA: Mínimo un año en funciones similares</p>	

Código: 002	
TÍTULO DEL PUESTO:	Gerente
NIVEL JERARQUICO:	Nivel Ejecutivo
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa. • Planificar y organizar las actividades de la empresa. • Dirigir y controlar al personal de la empresa. • Realizarlos trámites correspondientes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento. • Realizar convenios para la constante capacitación del personal de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y supervisar todas las actividades del personal que este a su mando. • Trabajar profesionalmente usando su criterio para beneficio de todos. • Debe tener iniciativa propia. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título Ingeniero Comercial • Tener conocimiento en los servicios de asesoría nutricional • Experiencia mínima dos años en funciones similares 	

Código: 003	
TITULO DEL PUESTO:	Asesor Jurídico
NIVEL JERARQUICO:	Nivel Asesor
NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar a intervenir en los asuntos legales que tenga que ver con la empresa.	
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a la empresa en la materia legal. • Legalizar los documentos para contratar al personal. • Estar al día con las Leyes y Políticas para la intervención representando a la empresa en asuntos judiciales. 	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Responsable de su trabajo, coordinar de manera legal las actividades a su cargo.	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Abogado • Experiencia dos años en funciones similares. 	

Código: 004	
TITULO DEL PUESTO:	Secretaria
NIVEL JERARQUICO:	Nivel de Apoyo
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.	
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Redactar oficios, memorándums, circulares de la empresa. • Atender al público en general y asignarles las entrevistas con el Gerente. • Mantener el archivo de documentación recibida y entregada. • Controlar la asistencia del personal. • Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, y tener buenas relaciones interpersonales.	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Título de Secretaria Ejecutiva • Experiencia de 1 año en funciones similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales 	

<p>Código: 005</p>	
<p>TÍTULO DEL PUESTO:</p>	<p>Contadora</p>
<p>NIVEL JERARQUICO:</p>	<p>Nivel de Apoyo</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.</p>	
<p>FUNCIONES TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los estados financieros de la empresa. • Actualizar los sistemas contables de la empresa. • Organizar adecuadamente los registros contables. • Elaborar los roles de pago de todo el personal. • Mantener correctamente el manejo de los libros contables. • Determinar el control previo sobre los gastos. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración. • Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Contadora. • Experiencia mínima de dos años en funciones similares. • Cursos de contabilidad y relaciones interpersonales. 	

<p>Código: 006</p>	
<p>TÍTULO DEL PUESTO:</p>	<p>Jefe de Servicios</p>
<p>NIVEL JERARQUICO:</p>	<p>Nivel Operativo</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: se encarga de llevar que todos los servicios que ofrece la empresa estén al día</p>	
<p>FUNCIONES TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordina y supervisa las actividades del personal a su cargo. • Controla y evalúa el personal a su cargo. • Instruye al personal en el trabajo a realizar. • Diseña, elabora y aplica sistemas de control de asistencia del personal a su cargo. • Solicita cotizaciones para compras de materiales específicos. • Realiza pedidos de material de limpieza, equipos de oficina y bienes de consumos que se requieran. • Compra materiales de limpieza y equipos de oficina que se requieran en la dependencia. • Controla los servicios de proveeduría de materiales y equipos de trabajo. • Distribuye para cada unidad el material de limpieza, equipos de trabajo y demás bienes de consumo que las mismas requieren. • Supervisa el mantenimiento de equipos y mobiliario de la dependencia. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Título en Ing Comercial • Experiencia 1 año en labores similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales 	

<p>Código: 007</p>	
<p>TITULO DEL PUESTO:</p>	<p>Estilistas</p>
<p>NIVEL JERARQUICO:</p>	<p>Nivel Operativo</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: se encarga de llevar que todos los servicios que ofrece la empresa estén al día</p>	
<p>FUNCIONES TIPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordina y supervisa las actividades. • Controla y evalúa los procedimientos a realizar según el servicio requerido. • Aplica sistemas de control en sus servicios. • Solicita cotizaciones para compras de materiales específicos. • Brinda una atención con amabilidad y cortesía. • Supervisa el mantenimiento de equipos y mobiliario de la dependencia. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Titulo Tecnóloga en Belleza o estética • Experiencia 1 año en labores similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales 	

<p>Código: 008</p>	
<p>TITULO DEL PUESTO:</p>	<p>Jefe de Marketing</p>
<p>NIVEL JERARQUICO:</p>	<p>Nivel Operativo</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Se encarga de la publicidad de la empresa</p>	
<p>FUNCIONES TIPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el uso correcto de la imagen corporativa de la Empresa. • Establecer las estrategias de comercialización de nuestro servicio. • Diseñar los planes de marketing anuales de cada de servicio. • Realizar un eficaz seguimiento del servicio. • Confeccionar los materiales promocionales. • Identificación y selección del mercado. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS:</p>	
<p>EDUCACION: Doctor en Leyes</p> <p>EXPERIENCIA: Mínimo un año en funciones similares</p>	

ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero de la empresa se tomó en cuenta un sinnúmero de activos tanto fijos, variables y diferidos que se van a utilizar para la implementación de mi empresa. Por medio del estudio financiero he determinado la evaluación financiera.

Inversiones

La inversión se debe efectuar la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones se clasifica en tres rubros:

- Activos Fijos
- Activo diferido
- Activo circulante

- Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto a continuación se describen los siguientes Activos Fijos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar un servicio de buena calidad. Con un costo de **\$12.183,00**.

Cuadro N° 40**Maquinaria y Equipo**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Alisadora de Cabello	Unidad	4	230,00	920,00
Secadora de Cabello	Unidad	4	220,00	880,00
Cortadora de cabello	Unidad	5	80,00	400,00
EQUIPO DE ALTA FRECUENCIA	Unidad	3	120,00	360,00
Bascula		5	118,00	590,00
Camilla portátil		3	275,00	825,00
lava cabezas		4	400,00	1600,00
Esterilizador		4	150,00	600,00
Espejos		6	30,00	180,00
sillón de peluquería		6	210,00	1.260,00
Rizadora de Pelo		6	178,00	1.068,00
Máquina de corta pelo		4	45,00	180,00
peinadoras		6	400,00	2.400,00
Vitrinas 6 cajones	Unidad	4	230,00	920,00
TOTAL				12.183,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Herramientas: Serán utilizadas para el servicio que se necesita brindar, sirven como materiales en la estética. Cuyo costo es de **\$1.152,00**

**Cuadro N° 41
Herramientas**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Set de tijeras	2	120,00	240,00
Sep de pinzas depiladora	2	45,00	90,00
Set de brochas	2	76,00	152,00
set de peines	2	95,00	190,00
set de brochas	8	45,00	360,00
Cepillos	6	20,00	120,00
Total			1.152,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa. El monto es de **\$575,00**

**Cuadro Nº 42
Muebles Y Enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	150,00	300,00
silla giratoria	2	45,00	90,00
archivadores de 4G	1	125,00	125,00
sillas Plásticas	8	7,50	60,00
Total			575,00

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipo de Seguridad y Limpieza: Se incluye los instrumentos que van a servir de ayuda para la seguridad de la empresa y para mantener la limpieza de la misma. El monto es de \$708,00.

**Cuadro Nº 43
Equipo de Seguridad y Limpieza**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Alarma	1	120,00	120,00
Cámaras	2	250,00	500,00
Extintor	1	35,00	35,00
Escoba	3	3,00	9,00
Recogedor	2	3,00	6,00
Trapeador	2	4,00	8,00
Basurero	2	15,00	30,00
Total			708,00

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: Para las actividades administrativas y operativas de la empresa se ha planificado la compra de equipo de oficina con un monto de \$96,00 dólares.

**Cuadro N° 44
Equipo de Oficina**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sumadora	Unidad	1	35,00	35,00
Perforadora	Unidad	1	8,00	8,00
Grapadora	Unidad	1	8,00	8,00
Teléfono	Unidad	1	45,00	45,00
Total				96,00

Fuente: Librerías de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipo de Cómputo: Son necesarios para la realización de los tareas en el área administrativa este presupuesto tiene un costo de \$ 1600,00

**Cuadro N° 45
Equipo de Cómputo**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	Total
Computadora con Impresora HP	Unidad	1	1.600,00	1.600,00
Total				1.600,00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 46
RESUMEN DE DEPRECIACIONES

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	12.183,00	10,00%	1218,30	10	1.096,47
Equipo de Oficina	96,00	10,00%	9,60	10	8,64
Equipo de Computación	1.600,00	33,33%	533,28	3	355,57
Herramientas	1.152,00	10,00%	115,20	10	103,68
Muebles y Enseres	575,00	10,00%	57,50	10	51,75
Equipo de Seguridad y Limpieza	708,00	10,00%	235,98	10	47,20
TOTAL			2.169,86		1.663,32

Elaboración: La Autora

Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}}$$

$$Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

$$Vr = Va \frac{33,33\%}{3 \text{ años}}$$

$$Dp = \frac{1.600,00 - 533,28}{3 \text{ años}} = 355,57$$

Nomenclatura

Vr= Valor Residual; **Va**= Valor Actual; **Dp**= Depreciación del Activo

**Cuadro N° 47
Resumen de Activos Fijos**

ACTIVOS	V. TOTAL
Maquinaria y Equipo	12.183,00
Equipo de Oficina	96,00
Equipo de Computación	1.600,00
Herramientas	1.152,00
Muebles y Enseres	575,00
Equipo de Seguridad y Limpieza	708,00
Imprevistos 5%	815,70
TOTAL	17.129,70

Elaboración: La Autora

- Activos Diferidos

Son aquellas de carácter intangible necesarios para realizar todo estudio de factibilidad; dentro del proyecto son aquellos gastos de constitución de la empresa, estudio preliminar, etc. Estos gastos se amortizan en 10 años de vida útil del proyecto, los gastos y rubros se incurren en el presente proyecto:

Gastos de Constitución

Es el gasto que toda la empresa debe establecer en forma legal, este desembolso tiene un monto de \$ 1.616,00 dólares.

**Cuadro N° 48
Gastos de Constitución**

Conceptos	Valor Total
Constitución de la empresa	500,00
Patentes y registro de marca	400,00
permiso de funcionamiento	700,00
Imprevistos 1%	16,00
	1.616,00

Fuente: Investigación en Entidades Públicas

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 49
AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	10	1.616,00	161,60

Elaboración: La Autora

- Activos Circulantes

Son los gastos que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa, pago de personal administrativo y suministros varios. Dicho capital se lo ha calculado para un mes.

Materiales de Directos: Son todos los componentes básicos para la obtención del servicio terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores.

Cuadro N° 50
Materiales Directos

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Shampoo	Galón	23	45,00	1.035,00	12.420,00
Cremas exfoliantes	Frascos	30	32,00	960,00	11.520,00
Set de maquillaje	Unidad	12	45,00	540,00	6.480,00
Gel	Grande	10	15,00	150,00	1.800,00
Espuma de afeitar	Grande	20	13,00	260,00	3.120,00
Fijador	medianos	12	12,00	144,00	1.728,00
Ligas	unidades	70	0,25	17,50	210,00
Cremas	Frascos	23	15,00	345,00	4.140,00
Fragancias	Frascos	20	20,00	400,00	4.800,00
Aceites	Frascos	12	25,00	300,00	3.600,00
Gillet	unidades	100	0,25	25,00	300,00
Total				4.176,50	50.118,00

Fuente: Distribuidora de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de Materiales de Trabajo: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 51
Proyección de los Materiales Directos

AÑOS	V. TOTAL
1	50.118,00
2	51.957,33
3	53.864,16
4	55.840,98
5	57.890,34
6	60.014,92
7	62.217,47
8	64.500,85
9	66.868,03
10	69.322,09

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: Son las personas que están en contacto con el proceso del servicio.

Cuadro N° 52
Mano de Obra Directa

Especificaciones	Valor
Sueldo Básico	354,00
Décimo Tercero (S./12)	29,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50
Vacaciones (S.B./24)	14,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	43,01
Total Remuneración (I-E)	470,76
N° Obreros	4
Total Mensual	1883,04
TOTAL ANUAL	22596,53

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora

Proyección de la Mano de Obra Directa: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 53
Proyección de la Mano de Obra Directa

AÑOS	V. TOTAL
1	22.596,53
2	23.425,82
3	24.285,55
4	25.176,83
5	26.100,82
6	27.058,72
7	28.051,77
8	29.081,27
9	30.148,56
10	31.255,01

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Materiales Indirectos: Son todos los componentes secundarios para la obtención del servicio terminado.

Cuadro N° 54
Materiales Indirectos

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
toallas	grandes	12	8	96,00	1152,00
toallas	medianas	12	5	60,00	720,00
toallas	pequeña	7	1	7,00	84,00
Mandiles	unidades	6	6	36	432,00
clic	unidades	8	1,5	12	144,00
Total				211,00	2.532,00

Fuente: Distribuidora de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de los Materiales Indirectos: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 55
Proyección de los Materiales Indirectos

AÑOS	V. TOTAL
1	2.532,00
2	2.624,92
3	2.721,26
4	2.821,13
5	2.924,66
6	3.032,00
7	3.143,27
8	3.258,63
9	3.378,22
10	3.502,21

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Servicios de Básicos: Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y el teléfono que se necesita para el servicio a brindar.

Cuadro N° 56
Servicios Básicos

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	valor Mensual	V. Total
Agua	m3	230	0,096	22,08	264,96
Energía Eléctrica	k/h	420	0,12	50,40	604,80
Teléfono	m/h	60	0,08	4,80	57,60
Total				77,28	927,36

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: La Autora

Proyección de Servicios Básicos: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 57
Proyección de Servicios Básicos

AÑOS	V. TOTAL
1	927,36
2	961,39
3	996,68
4	1.033,26
5	1.071,18
6	1.110,49
7	1.151,24
8	1.193,49
9	1.237,29
10	1.282,70

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso del servicio, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 58
Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Secretaria-Contadora	Abogado
Sueldo Básico	700,00	380,00	
Décimo Tercero (S.B./12)	58,33	31,67	
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50	29,50	
Vacaciones (S.B./24)	29,17	15,83	
Aporte Patronal IEES (12,15%)	85,05	46,17	
Total Remuneración (I-E)	902,05	503,17	60,00
TOTAL ANUAL	10824,60	6038,04	720,00
TOTAL	17582,64		

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora

Nota: El sueldo del Asesor Jurídico es un estimado debido que solo trabajara temporalmente.

Proyección de Administrativos: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 59
Proyección de Sueldo Administrativo

AÑOS	V. TOTAL
1	17.582,64
2	18.227,92
3	18.896,89
4	19.590,40
5	20.309,37
6	21.054,73
7	21.827,43
8	22.628,50
9	23.458,97
10	24.319,91

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Arriendo: Es el gasto del arriendo del local en donde se establecerá la nueva empresa.

Cuadro N° 60
Arriendo

Descripción	Valor mensual	Valor Anual
Arriendo del local	600,00	7.200,00
Total	600,00	7.200,00

Fuente: Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de Arriendo: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 61
Proyección de Arriendo

AÑOS	V. TOTAL
1	7.200,00
2	7.464,24
3	7.738,18
4	8.022,17
5	8.316,58
6	8.621,80
7	8.938,22
8	9.266,25
9	9.606,33
10	9.958,88

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Útiles de Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina y útiles de oficina como: carpetas de archivo, lápices, resmas de papel, etc.

Cuadro N° 62
Útiles de oficina

Especificación	Unidad	Cant.	V. Unit.	V. Total	V. Anual
Carpetas de Archivo	unidad	2	12,00	24,00	288,00
Esferográficos	docena	1	2,00	2,00	24,00
Resma de hojas (4 veces en el año)	unidad	2	3,75	7,50	30,00
Tinta de impresora (4 veces en el año)	Cartucho	2	5,00	10,00	40,00
TOTAL				43,50	382,00

Fuente: Snalme

Elaboración: La Autora

Proyección de los Útiles de Oficina: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 63
Proyección de los Útiles de Oficina

Años	V. Total
1	382,00
2	396,02
3	410,55
4	425,62
5	441,24
6	457,43
7	474,22
8	491,63
9	509,67
10	528,37

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Materiales y Útiles de Aseo: Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa para el transcurso del año.

Cuadro N° 64
Materiales y Útiles de Aseo

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Detergente multiuso	Fundas	2	3,00	6,00	72,00
Papel Higiénico	paca	2	4,50	9,00	108,00
toalla de mano	Unidad	2	1,50	3,00	36,00
guantes	pares	4	2,50	10,00	120,00
desinfectante	galón	2	4,50	9,00	108,00
Total				37,00	444,00

Fuente: Almacenes Locales

Elaboración: La Autora

Proyección de los Materiales y Útiles de Aseo: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 65
Proyección de los Materiales y Útiles de Aseo

AÑOS	V. TOTAL
1	444,00
2	460,29
3	477,19
4	494,70
5	512,86
6	531,68
7	551,19
8	571,42
9	592,39
10	614,13

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014
Elaboración: La Autora

Publicidad: En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva para dar a conocer el servicio que ofrecerá la nueva empresa.

Cuadro N° 66
Publicidad

Publicidad	Factor	Cantidad	Precio	V. Mensual	V. Anual
Radio	Avisos	200	1,00	200,00	2.400,00
Total				200,00	2.400,00

Fuente: Radio Ecuasur
Elaboración: La Autora

Proyección de publicidad: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 67
Proyección de publicidad

Años	V. Total
1	2.400,00
2	2.488,08
3	2.579,39
4	2.674,06
5	2.772,19
6	2.873,93
7	2.979,41
8	3.088,75
9	3.202,11
10	3.319,63

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: Se incluye el mantenimiento constante que se le darán las máquinas y equipos del área operativa para mantener el servicio de calidad.

Cuadro N° 68
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Denominación	Valor	Alícuota	Valor anual
Maquinaria y Equipo	12183,00	1%	121,83
Total			121,83
Total Mensual			10,15

Fuente: Técnico de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección del Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: La proyección se la realizará con el 3,67%, que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 69
Proyección del Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Años	V. Total
1	121,83
2	126,30
3	130,94
4	135,74
5	140,72
6	145,89
7	151,24
8	156,79
9	162,55
10	168,51

Fuente: Tasa de inflación de 3,67% del año 2014

Elaboración: La Autora

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO
Cuadro N° 70

Especificaciones	Valor Total Anual	Valor Total Mensual
Materia prima directa	50.118,00	4.176,50
Mano de obra directa	22.596,53	1.883,04
Materia prima indirecta	2.532,00	211,00
Servicios básicos	927,36	77,28
Sueldos Administrativos	17.582,64	1.465,22
Arriendo	7.200,00	600,00
Materiales y útiles de oficina	382,00	31,83
Materiales y útiles de aseo	444,00	37,00
Gasto publicitarios	2.400,00	200,00
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	121,83	10,15
Imprevistos 5%	1.043,04	86,92
TOTAL	105.347,40	8.778,95

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS ACTIVOS
Cuadro N° 71

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	17.129,70
Activo Diferido	1.616,00
Activo Circulante o capital	8.778,95
Total	27.524,65

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de la empresa y a la vez el ofrecimiento del servicio los socios aportaran el 64% de capital propio y se pedirá un crédito del 36% con una tasa de interés del 15% en el Banco Nacional de Fomento el monto será de \$21.000 dólares.

Cuadro Nº 72
Financiamiento

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	17.524,65	64%
Capital Externo	10.000,00	36%
Total	27.524,65	100%

Fuente: BNF

Elaboración: La Autora

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 10.000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) $\rightarrow 6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$10.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 1.000,00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 10.000 \times 0,5 \times 0,15 = 750,00$

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 10.000,00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

Cuadro Nº 73

Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	10.000,00	1.000,00	750,00	1.750,00	3.425,00	9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00	675,00	1.675,00		8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	600,00	1.600,00	3.125,00	7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00	525,00	1.525,00		6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	450,00	1.450,00	2.825,00	5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00	375,00	1.375,00		4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	300,00	1.300,00	2.525,00	3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00	225,00	1.225,00		2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	150,00	1.150,00	2.225,00	1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00	75,00	1.075,00		0

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE LO PRESUPUESTOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
Cuadro N° 74

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO DE PRODUCCIÓN	76.909,84	79.671,39	82.534,29	85.502,25	88.579,14	91.768,95	95.075,83	98.504,07	102.058,12	105.742,61
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	50.118,00	51.957,33	53.864,16	55.840,98	57.890,34	60.014,92	62.217,47	64.500,85	66.868,03	69.322,09
Mano de obra Directa	22.596,53	23.425,82	24.285,55	25.176,83	26.100,82	27.058,72	28.051,77	29.081,27	30.148,56	31.255,01
Total Costo Primo	72.714,53	75.383,15	78.149,71	81.017,81	83.991,16	87.073,64	90.269,24	93.582,12	97.016,58	100.577,09
Gastos Indirectos de Fabricación										
Materia Prima Indirecta	2.532,00	2.624,92	2.721,26	2.821,13	2.924,66	3.032,00	3.143,27	3.258,63	3.378,22	3.502,21
Depreciaciones	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32	1.663,32
Total de gastos ind. de fabr.	4.195,32	4.288,24	4.384,57	4.484,45	4.587,98	4.695,32	4.806,59	4.921,95	5.041,54	51.65,52
COSTOS DE OPERACIÓN	30.644,43	33.410,85	34.216,41	35.062,55	35.950,74	34.957,55	36.234,56	37.558,44	38.930,90	40.353,73
Gastos Administrativos										
Sueldos Administrativos	17.582,64	18.227,92	18.896,89	19.590,40	20.309,37	21.054,73	21.827,43	22.628,50	23.458,97	24.319,91
Servicios básicos	927,36	961,39	996,68	1.033,26	1.071,18	1.110,49	1.151,24	1.193,49	1.237,29	1.282,70
Arriendo	7.200,00	7.464,24	7.738,18	8.022,17	8.316,58	8.621,80	8.938,22	9.266,25	9.606,33	9.958,88
Materiales y útiles de oficina	382,00	396,02	410,55	425,62	441,24	457,43	474,22	491,63	509,67	528,37
Materiales y útiles de aseo	444,00	460,29	477,19	494,70	512,86	531,68	551,19	571,42	592,39	614,13
mantenimiento maquinaria y equipo	121,83	126,30	130,94	135,74	140,72	145,89	151,24	156,79	162,55	168,51
Total de Gastos Adm.	26.657,83	27.636,17	28.650,42	29.701,89	30.791,95	31.922,01	33.093,55	34.308,09	35.567,19	36.872,51
Gasto de Ventas										
Publicidad	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19	2.873,93	2.979,41	3.088,75	3.202,11	3.319,63
Total Gasto de Ventas	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19	2.873,93	2.979,41	3.088,75	3.202,11	3.319,63
Gastos Financieros										
Amort. Activos Diferidos	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60
interés del préstamo	1.425,00	3.125,00	2.825,00	2.525,00	2.225,00	0	0	0	0	0
Total Gastos Financieros	1.586,60	3.286,60	2.986,60	2.686,60	2.386,60	161,60	161,60	161,60	161,60	161,60
TOTAL DE COSTOS	107.554,27	113.082,24	116.750,70	120.564,80	124.529,89	126.726,50	131.310,39	136.062,50	140.989,02	146.096,35

Elaboración: La Autora

Porcentaje de Prorratio:

Se ha tomado en consideración con el prorrateo según los servicios que más utiliza

Cuadro N° 75
Porcentaje de Prorrateo

Descripción	% de Prorrateo	Presupuesto									
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	6	7	8	9	10
Cortes de cabello	36%	38719,54	40709,61	42030,25	43403,33	44830,76	45621,54	47271,74	48982,50	50756,05	52594,69
Peinados	18%	19359,77	20354,80	21015,13	21701,66	22415,38	22810,77	23635,87	24491,25	25378,02	26297,34
Maquillaje	36%	38719,54	40709,61	42030,25	43403,33	44830,76	45621,54	47271,74	48982,50	50756,05	52594,69
Masajes Corporales	10%	10755,43	11308,22	11675,07	12056,48	12452,99	12672,65	13131,04	13606,25	14098,90	14609,63
Total	100%	107554,27	113082,24	116750,70	120564,80	124529,89	126726,50	131310,39	136062,50	140989,02	146096,35

Elaboración: La Autora

COSTO UNITARIO

A continuación se describe el costo unitario del servicio que se ofrecerá.

Formula:

$$Cu = \frac{C.T}{N^{\circ} \text{ servicios}} \quad Cu = \frac{38.719,54}{20.592} = \$1,88$$

Cuadro N° 76
Costo Unitario del Corte de Cabello

Años	Costos Totales	N° de Servicios al año	Costo Unitario
1	38.719,54	20.592	1,88
2	40.709,61	23.020	1,77
3	42.030,25	25.449	1,65
4	43.403,33	27.877	1,56
5	44.830,76	30.305	1,48
6	45.621,54	32.733	1,39
7	47.271,74	35.162	1,34
8	48.982,50	37.590	1,30
9	50.756,05	40.018	1,27
10	52.594,69	42.446	1,24

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 77
Costo Unitario de los Peinados

Años	Costos Totales	N° de Servicios al año	Costo Unitario
1	19.359,77	10.296	1,88
2	20.354,80	11.510	1,77
3	21.015,13	12.724	1,65
4	21.701,66	13.938	1,56
5	22.415,38	15.153	1,48
6	22.810,77	16.367	1,39
7	23.635,87	17.581	1,34
8	24.491,25	18.795	1,30
9	25.378,02	20.009	1,27
10	26.297,34	21.223	1,24

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 78
Costo Unitario del Maquillaje

Años	Costos Totales	N° de Servicios al año	Costo Unitario
1	38.719,54	20.592	1,88
2	40.709,61	23.020	1,77
3	42.030,25	25.449	1,65
4	43.403,33	27.877	1,56
5	44.830,76	30.305	1,48
6	45.621,54	32.733	1,39
7	47.271,74	35.162	1,34
8	48.982,50	37.590	1,30
9	50.756,05	40.018	1,27
10	52.594,69	42.446	1,24

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 79
Costo Unitario de los masajes Corporales

Años	Costos Totales	N° de Servicios al año	Costo Unitario
1	10.755,43	5.720	1,88
2	11.308,22	6.395	1,77
3	11.675,07	7.069	1,65
4	12.056,48	7.744	1,56
5	12.452,99	8.418	1,48
6	12.672,65	9.093	1,39
7	13.131,04	9.767	1,34
8	13.606,25	10.442	1,30
9	14.098,90	11.116	1,27
10	14.609,63	11.791	1,24

Elaboración: La Autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Formula:

$$P.V.P = C.U + M.U$$

$$P.V.P = 1,88 + 0,62 = 2,50$$

Cuadro N° 80
P. V. P para el Corte de Cabello

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	1,88	0,62	2,50
2	1,77	0,73	2,50
3	1,65	0,85	2,50
4	1,56	0,94	2,50
5	1,48	1,02	2,50
6	1,39	1,11	2,50
7	1,34	1,16	2,50
8	1,30	1,20	2,50
9	1,27	1,23	2,50
10	1,24	1,26	2,50

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 81

P. V. P para Peinados

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	1,88	3,12	5,00
2	1,77	3,24	5,00
3	1,65	3,34	5,00
4	1,56	3,44	5,00
5	1,48	3,52	5,00
6	1,39	3,61	5,00
7	1,34	3,66	5,00
8	1,30	3,70	5,00
9	1,27	3,73	5,00
10	1,24	3,76	5,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 82**P. V. P para el Maquillaje**

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	1,88	1,62	3,50
2	1,77	1,73	3,50
3	1,65	1,85	3,50
4	1,56	1,95	3,50
5	1,48	2,02	3,50
6	1,39	2,10	3,50
7	1,34	2,15	3,50
8	1,30	2,20	3,50
9	1,27	2,23	3,50
10	1,24	2,26	3,50

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 83**P. V. P para Masajes Corporales**

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	1,88	3,12	5,00
2	1,77	3,23	5,00
3	1,65	3,34	5,00
4	1,56	3,44	5,00
5	1,48	3,52	5,00
6	1,39	3,61	5,00
7	1,34	3,66	5,00
8	1,30	3,69	5,00
9	1,27	3,73	5,00
10	1,24	3,76	5,00

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Formula:

$$I.T = P.V.P * N^{\circ}.S$$

$$I.T = 2,50 * 20.592 = 51.480,00$$

Cuadro N° 84
Ingresos del Corte de Cabello

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios al año	Ingresos Totales
1	2,50	20.592	51.480,00
2	2,50	23.020	57.550,00
3	2,50	25.449	63.622,50
4	2,50	27.877	69.692,50
5	2,50	30.305	75.762,50
6	2,50	32.733	81.832,50
7	2,50	35.162	87.905,00
8	2,50	37.590	93.975,00
9	2,50	40.018	100.045,00
10	2,50	42.446	106.115,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 85
Ingresos de Peinados

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios al año	Ingresos Totales
1	5,00	10.296	51.480,00
2	5,00	11.510	57.550,00
3	5,00	12.724	63.620,00
4	5,00	13.938	69.690,00
5	5,00	15.153	75.765,00
6	5,00	16.367	81.835,00
7	5,00	17.581	87.905,00
8	5,00	18.795	93.975,00
9	5,00	20.009	100.045,00
10	5,00	21.223	106.115,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 86
Ingresos del Maquillaje

Años	Precio de Venta al Público	Nº de Servicios al año	Ingresos Totales
1	3,50	20.592	72.072,00
2	3,50	23.020	80.570,00
3	3,50	25.449	89.071,50
4	3,50	27.877	97.569,50
5	3,50	30.305	106.067,50
6	3,50	32.733	114.565,50
7	3,50	35.162	123.067,00
8	3,50	37.590	131.565,00
9	3,50	40.018	140.063,00
10	3,50	42.446	148.561,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 87
Ingresos de Masajes Corporales

Años	Precio de Venta al Público	Nº de Servicios al año	Ingresos Totales
1	5,00	5.720	28.600,00
2	5,00	6.395	31.975,00
3	5,00	7.069	35.345,00
4	5,00	7.744	38.720,00
5	5,00	8.418	42.090,00
6	5,00	9.093	45.465,00
7	5,00	9.767	48.835,00
8	5,00	10.442	52.210,00
9	5,00	11.116	55.580,00
10	5,00	11.791	58.955,00

Elaboración: La Autora

**Sumatoria de los Ingresos Totales
Cuadro N° 88**

Año	Ingreso Total
1	203.632,00
2	227.645,00
3	251.659,00
4	275.672,00
5	299.685,00
6	323.698,00
7	347.712,00
8	371.725,00
9	395.733,00
10	419.746,00

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

Costos Fijos: son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

Costos Variables: Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

Cuadro Nº 89

Clasificación de los Costos Fijos y Variables

RUBROS	Año 1		Año 5		Año 10	
	C.F	C.V	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTO DE PRODUCCIÓN	24.259,84	52.650,00	27.764,13	60.815,01	32.918,32	72.824,29
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		50.118,00		57.890,34		69.322,09
Mano de obra Directa	22.596,53		26.100,82		31.255,01	
TOTAL COSTO PRIMO	22.596,53	50.118,00	26.100,82	57.890,34	31.255,01	69.322,09
Gastos Indirectos de Fabricación						
Materia Prima Indirecta		2.532,00		2.924,66		3.502,21
Dep. maquinaria y equipo	1.663,32		1.663,32		1.663,32	
Total de gastos ind. De fabr.	1.663,32	2.532,00	1.663,32	2.924,66	1.663,32	3.502,21
COSTOS DE OPERACION	29.595,24	1.049,19	34.738,84	1.211,90	38.902,52	1.451,22
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	17.582,64		20.309,37		24.319,91	
Servicios básicos		927,36		1.071,18		1.282,70
Arriendo	7.200,00		8.316,58		9.958,88	
Materiales y útiles de oficina	382,00		441,24		528,37	
Materiales y útiles de aseo	444,00		512,86		614,13	
mantenimiento maquinaria y equipo		121,83		140,72		168,51
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	25.608,64	1.049,19	29.580,05	1.211,90	35.421,29	1.451,22
GASTO DE VENTAS						
Publicidad	2.400,00		2.772,19		3.319,63	
TOTAL GASTO DE VENTAS	2.400,00		2.772,19		3.319,63	
GASTOS FINANCIEROS						
Amort. Activos Diferidos	161,60		161,60		161,60	
interés del préstamo	1.425,00		2.225,00		-	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.586,60		2.386,60		161,60	
TOTAL DE COSTOS	53.855,08	53.699,19	62.502,98	62.026,91	71.820,84	74.275,51
Costo Total	107.554,27		124.529,89		146.096,35	

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendo menos que el punto de equilibrio tendrá pérdidas y si vendo más que el punto de equilibrio obtendré ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

Método Matemático; En este método se plantea tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.**Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{53.855,08}{1 - \frac{53.699,19}{203.632,00}}$$

$$P. E = \frac{53.855,08}{0,7363}$$

$$P. E = 73.143,55$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

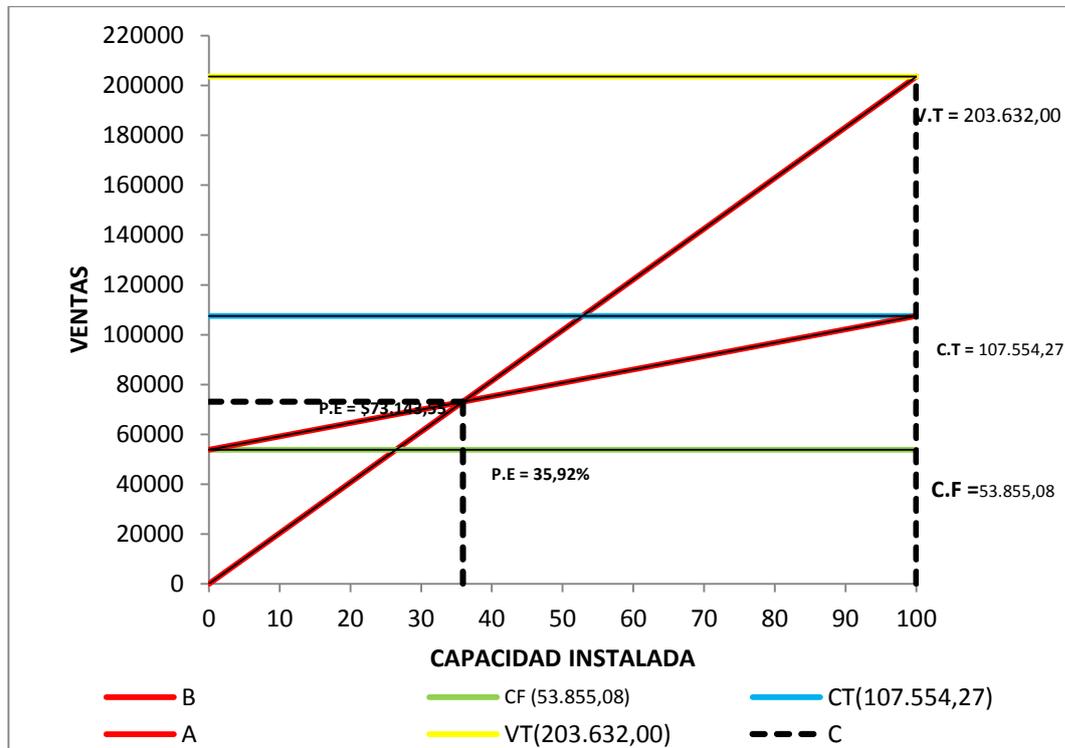
$$P.E = \frac{53.855,08}{203.632,00 - 53.699,19} \times 100$$

$$P.E = \frac{53.855,08}{149.932,79} \times 100$$

$$P.E = 0,3592 \times 100$$

$$P.E = 35,92\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$ 73.143,55 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 35,92% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.**Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{62.502,98}{1 - \frac{62.026,91}{299.685,00}}$$

$$P.E = \frac{62.502,98}{0,7930}$$

$$P.E = 78.815,77$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

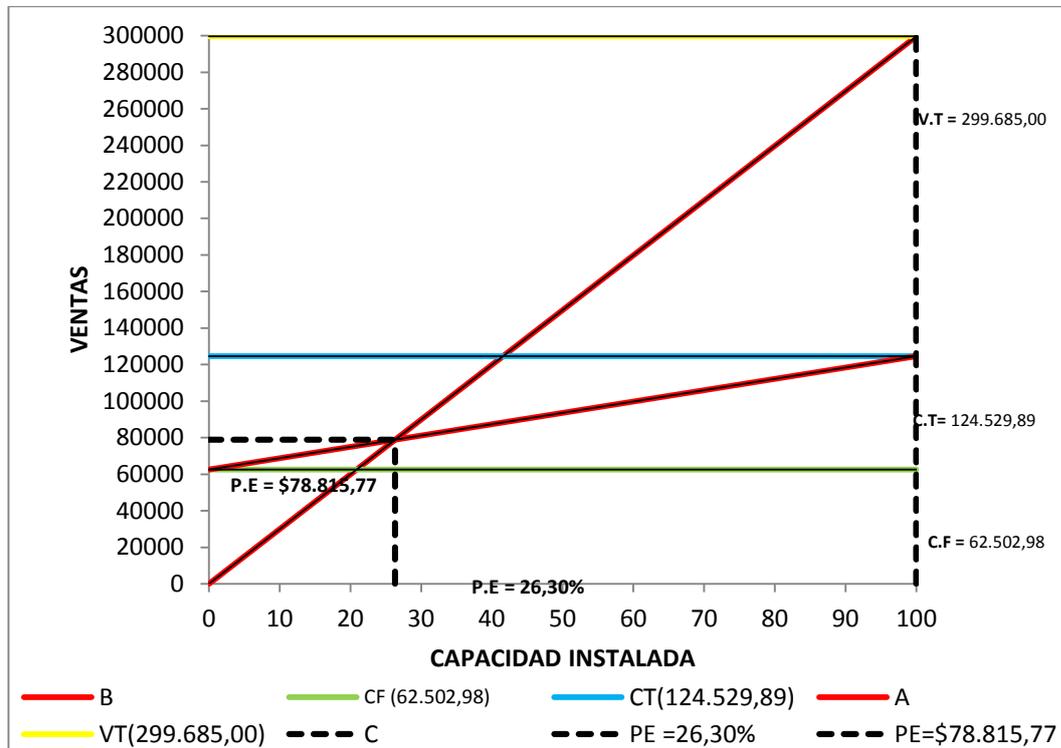
$$P.E = \frac{62.502,98}{299.685,00 - 62.026,91} \times 100$$

$$P.E = \frac{62.502,98}{237.658,09} \times 100$$

$$P.E = 0,2630 \times 100$$

$$P.E = 26,30\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$78.815,77 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 26,30% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 10**Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{71.820,84}{1 - \frac{74.275,51}{419.746,00}}$$

$$P.E = \frac{71.820,84}{0,8230}$$

$$P.E = 87.262,19$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

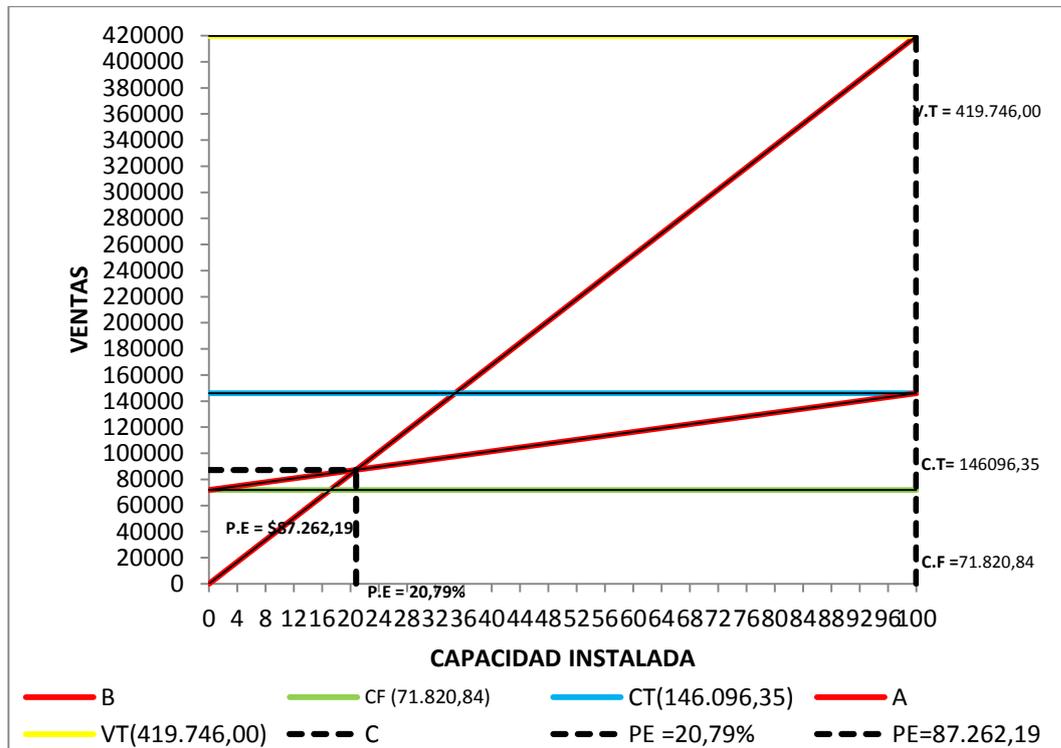
$$P.E = \frac{71.820,84}{419.746,00 - 74.275,51} \times 100$$

$$P.E = \frac{71.820,84}{345.470,49} \times 100$$

$$P.E = 0,2079 \times 100$$

$$P.E = 20,79\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 10



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$87.262,19 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 20,79% de capacidad instalada.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Cuadro N° 90

Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	203.632,00	227.645,00	251.659,00	275.672,00	299.685,00	323.698,00	347.712,00	371.725,00	395.733,00	419.746,00
(-) Costo Total	107.554,27	113.082,24	116.750,70	120.564,80	124.529,89	126.726,50	131.310,39	136.062,50	140.989,02	146.096,35
(=) Utilidad Bruta Ventas	96.077,73	114.562,76	134.908,30	155.107,20	175.155,11	196.971,50	216.401,61	235.662,50	254.743,98	273.649,65
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	14.411,66	17.184,41	20.236,24	23.266,08	26.273,27	29.545,73	32.460,24	35.349,37	38.211,60	41.047,45
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	81.666,07	97.378,34	114.672,05	131.841,12	148.881,85	167.425,78	183.941,37	200.313,12	216.532,38	232.602,20
(-) 25% Impuesto a la renta	17.966,53	21.423,24	25.227,85	29.005,05	32.754,01	36.833,67	40.467,10	44.068,89	47.637,12	51.172,49
(-) 10% Reserva Legal	1.796,65	2.142,32	2.522,79	2.900,50	3.275,40	3.683,37	4.046,71	4.406,89	4.763,71	5.117,25
(=) Utilidad Neta	16.169,88	19.280,91	22.705,07	26.104,54	29.478,61	33.150,30	36.420,39	39.662,00	42.873,41	46.055,24

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Es aquel que representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y si disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

Cuadro N° 91
Flujo de Caja

DENOMINACIÓN	PERIODO										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos											
Ventas		203.632,00	227.645,00	251.659,00	275.672,00	299.685,00	323.698,00	347.712,00	371.725,00	395.733,00	419.746,00
crédito bancario	10.000,00										
Capital Propio	17.524,65										
Valor Residual				533,28							1.636,58
Total Ingresos	27.524,65	203.632,00	227.645,00	252.192,28	275.672,00	299.685,00	323.698,00	347.712,00	371.725,00	395.733,00	421.382,58
Egresos											
activo Fijo	17.129,70										
Acto Diferido	1.616,00										
Activo Circulante	8.778,95										
Reinversión					1.600,00						
Presupuesto de Operación	27.524,65	107.554,27	113.082,24	116.750,70	120.564,80	124.529,89	126.726,50	131.310,39	136.062,50	140.989,02	146.096,35
Depreciación y amortización		1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92	1.824,92
15% de Utilidad de Trabajo		14.411,66	17.184,41	20.316,24	23.266,08	26.273,27	29.545,73	32.460,24	35.349,37	38.211,60	41.292,93
25% Impuesto a la Renta		21.137,10	25.203,81	29.797,15	33.771,58	38.534,13	43.333,73	47.608,35	51.845,75	56.043,67	60.562,97
Amortización de Capital		53.864,16	55.840,98	57.890,34	57.890,34	57.890,34	57.890,34	57.890,34	57.890,34	57.890,34	57.890,34
Total de Egresos	27.524,65	198.792,11	213.136,36	226.579,34	238.917,72	249.052,54	259.321,21	271.094,24	282.972,89	294.959,55	307.667,51
Balance	0	4.839,89	14.508,64	25.612,94	36.754,28	50.632,46	64.376,79	76.617,76	88.752,11	100.773,45	113.715,07

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logre calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Cuadro N° 92
Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 10%	Flujo descontado
0	-27.524,65		
1	4.839,89	0,909091	4.399,90
2	14.508,64	0,826446	11.990,61
3	25.612,94	0,751315	19.243,38
4	36.754,28	0,683013	25.103,67
5	50.632,46	0,620921	31.438,78
6	64.376,79	0,564474	36.339,02
7	76.617,76	0,513158	39.317,02
8	88.752,11	0,466507	41.403,52
9	100.773,45	0,424098	42.737,78
10	113.715,07	0,385543	43.842,08
Total			295.815,75
Inversión			-27.524,65
VAN			268.291,10

Elaboración: La Autora

Formula del Factor de Actualización:

$$f = \frac{1}{(1+i)^n}$$

F= Factor de actualización; **i=** Interés del préstamo; **n=** Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN =295.815,75 – 27.524,65

VAN = **268.291,10**

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$268.291,10 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro Nº 93
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		70,11%	Tm	71,11%	TM
0	-27.524,65		-27.524,65		-27.524,65
1	4.839,89	0,587855	2.845,15	0,5844194	2.828,52
2	14.508,64	0,345573	5.013,80	0,3415460	4.955,37
3	25.612,94	0,203147	5.203,19	0,1996061	5.112,50
4	36.754,28	0,119421	4.389,23	0,1166537	4.287,52
5	50.632,46	0,070202	3.554,51	0,0681747	3.451,85
6	64.376,79	0,041269	2.656,75	0,0398426	2.564,94
7	76.617,76	0,024260	1.858,75	0,0232848	1.784,03
8	88.752,11	0,014261	1.265,73	0,0136081	1.207,75
9	100.773,45	0,008384	844,85	0,0079528	801,43
10	113.715,07	0,004928	560,43	0,0046478	528,52
Total	VAN Tm		667,73	VAN TM	-2,22

Elaboración: La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 70,11 + 1 \left(\frac{667,73}{667,73 - (-2,22)} \right)$$

La tasa

$$TIR = 71,11\%$$

interna de retorno en el presente proyecto es de 71,11% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto rembolsará el desembolso original de capital.

Cuadro N° 94
Periodo de Recuperación de Capital

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-27.524,65		
1		4.839,89	4.839,89
2		14.508,64	19.348,53
3		25.612,94	44.961,46
4		36.754,28	81.715,74
5		50.632,46	132.348,21
6		64.376,79	196.724,99
7		76.617,76	273.342,75
8		88.752,11	362.094,86
9		100.773,45	462.868,31
10		113.715,07	576.583,37
TOTAL		576.583,37	

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

**PRC = Año que se supera la inversión + (Inversión - \sum Primeros Flujos /
flujo de año que supera la inversión)**

$$\text{PRC} = 3 + ((27.524,65 - 44.961,46) / 25.612,94)$$

$$\text{PRC} = 2,32$$

- 2 años
- 0,32*12 meses= 3,84
- 0,84*30 días= 25 días

Esto me indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 2 años, 3 meses y 25 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ~ B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.
- ~ B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.
- ~ B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Cuadro Nº 95
Relación Beneficio / Costo

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	203632	107554,27	0,909091	185120,00	97776,61
2	227645	113082,24	0,826446	188136,36	93456,40
3	251659	116750,70	0,751315	189075,13	87716,53
4	275672	120564,80	0,683013	188287,69	82347,38
5	299685	124529,89	0,620921	186080,81	77323,26
6	323698	126726,50	0,564474	182719,08	71533,81
7	347712	131310,39	0,513158	178431,24	67382,99
8	371725	136062,50	0,466507	173412,46	63474,16
9	395733	140989,02	0,424098	167829,42	59793,11
10	419746	146096,35	0,385543	161830,25	56326,47
Total				1800922,44	757130,72

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1800922,44}{757130,72}$$

$$RBC = \mathbf{2,38}$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por 2 dólares que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 38 centavos de dólar.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 107,27%
Cuadro N° 96

Años	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
		umentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		107,27%			40,86%		41,86%	
0				-27.524,65				
1	107554,27	222927,74	203632,00	-19.295,74	0,70992475	-13.698,53	0,7049203	-13.602
2	113082,24	234385,57	227645,00	-6.740,57	0,50399315	-3.397	0,4969127	-3.349
3	116750,70	241989,18	251659,00	9.669,82	0,35779721	3.460	0,3502839	3.387
4	120564,80	249894,66	275672,00	25.777,34	0,25400909	6.548	0,2469222	6.365
5	124529,89	258113	299685,00	41.572	0,18032734	7.497	0,1740605	7.236
6	126726,50	262666	323698,00	61.032	0,12801884	7.813	0,1226988	7.489
7	131310,39	272167	347712,00	75.545	0,09088374	6.866	0,0864929	6.534
8	136062,50	282017	371725,00	89.708	0,06452062	5.788	0,0609706	5.470
9	140989,02	292228	395733,00	103.505	0,04580478	4.741	0,0429794	4.449
10	146096,35	302814	419746,00	116.932	0,03251795	3.802	0,0302971	3.543
					Total	29.418,84	Total	27.520,27
					Inversión	-27.524,65	Inversión	-27.524,65
					VAN Tm	1.894,19	VAN TM	-4,38

Elaboración: La Autora

TIR DEL PROYECTO = 71,11%

NUEVA TIR = 41,86

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 40,86 + 1 \left(\frac{27.524,65}{27.524,65 - (-4,38)} \right)$$

NUEVA TIR = 41,86%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 71,11 – 41,86= 29,25%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (29,25% / 71,11%) * 100

% Variación = 41,13%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 41,13/41,86

Sensibilidad = 0,98

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con una Disminución en los Ingresos del 49,35%
Cuadro N° 97

Años	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		49,35%			40,86%	Tm	41,86%	TM
0				-27.524,65				
1	203.632,00	103.139,61	107.554,27	-4.414,67	0,70992475	-3.134,08	0,7049203	-3.111,99
2	227.645,00	115.302,19	113.082,24	2.219,95	0,50399315	1.118,84	0,4969127	1.103,12
3	251.659,00	127.465,28	116.750,70	10.714,58	0,35779721	3.833,65	0,3502839	3.753,15
4	275.672,00	139.627,87	120.564,80	19.063,07	0,25400909	4.842,19	0,2469222	4.707,10
5	299.685,00	151.790,45	124.529,89	27.260,57	0,18032734	4.915,83	0,1740605	4.744,99
6	323.698,00	163.953,04	126.726,50	37.226,54	0,12801884	4.765,70	0,1226988	4.567,65
7	347.712,00	176.116,13	131.310,39	44.805,74	0,09088374	4.072,11	0,0864929	3.875,38
8	371.725,00	188.278,71	136.062,50	52.216,21	0,06452062	3.369,02	0,0609706	3.183,65
9	395.733,00	200.438,76	140.989,02	59.449,74	0,04580478	2.723,08	0,0429794	2.555,11
10	419.746,00	212.601,35	146.096,35	66.505,00	0,03251795	2.162,61	0,0302971	2.014,91
					Total	28.668,95	Total	27.393,06
					Inversión	-27.524,65	Inversión	-27.524,65
					VAN	1.144,30	VAN	-131,59

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 71,11%

NUEVA TIR = 41,75

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 40,86 + 1 \left(\frac{1.144,30}{1.144,30 - (-131,59)} \right)$$

NUEVA TIR = 41,75%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 71,11 – 41,75 = 29,35%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (29,35% / 71,11%) * 100

% Variación = 41,28%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 41,28 / 41,75

Sensibilidad = 0,99

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma presento a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ Mediante la creación de la estética Unisex será más beneficio para las personas de sexo masculino ya que encontrara un lugar organizado que garantice seguridad y el buen servicio al cliente.
- ✚ Referente al estudio de mercado realizado, se resaltan que existe un gran volumen de demandantes insatisfechos de 174022 visitas, en cuanto se refiere a un servicio organizado inexistente en el sector.
- ✚ El estudio técnico determina que la empresa tendrá una capacidad utilizada del 69% de la capacidad instalada.
- ✚ En el estudio legal indica que esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: “Estética Unisex Cindy “, el objeto principal de la compañía será de ofrecer servicios en la ciudad de Loja, el plazo de duración de la empresa es de 10 años de vida útil, y la inversión será de \$ 27.524,65
- ✚ El Estudio Financiero determina los valores totales en activos fijos de \$17.129,70 dólares, en activos diferidos de \$ 1.616.00 dólares y en capital de trabajo de \$ 8.778,95; dando una inversión de \$27.524,65 dólares.
- ✚ Para el servicios de corte de cabello el costo unitario es de \$1,88 más el margen de utilidad es el 33% (0,62) quedando un precio al público de \$2,50.
- ✚ Para el servicios de peinado el costo unitario es de \$1,88 más el margen de utilidad es el 166% (3,12) quedando un precio al público de \$5,00.

- ✚ Para el servicios de Maquillaje el costo unitario es de \$1,88 más el margen de utilidad es el 86% (1,62) quedando un precio al público de \$3,50.
- ✚ Para el servicios de masaje corporal el costo unitario es de \$1,88 más el margen de utilidad es el 166% (3,12) quedando un precio al público de \$5.00.
- ✚ En la evaluación financiera se establece el Valor Actual Neto de \$268.291,10; Tasa Interna de Retorno de 71,11%; Relación Beneficio Costo es de 2,38 por cada 2 dólares invertido la empresa gana 0,38 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 3 meses y 25 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 107,27% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 49,35% dando un total del 0,99% por lo cual el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✚ Que las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes a la población en general, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía de Loja y el país.
- ✚ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Evaluación de Proyectos; Autor: Gabriel Baca Urbina; sexta Edición año 2010.
- GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz año 2005 Tercera Edición.
- Los Estudios Financieros y su Análisis; Autor: GUTIÉRREZ, Alfredo; Editorial Sáenz Tercera Edición año 2005.
- Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior; Autor: PASACA, M, Manuel; Edición 1 año 2009.
- Preparación y Evaluación de Proyectos; Autor: SAPAG, Nassir; Décima Edición: p .p 130 y 131
- Proyectos de Inversión, formulación y evaluación; CHAIN, Autor: Sapag Nassir; Edición onceava 2011.

Páginas del Internet:

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A9tica>
- <http://wikiconsulting.wikispaces.com/Sector+de+los+Centros+de+Belleza+y+Est%C3%A9tica>

k. ANEXOS**ANEXO Nº 1****FICHA RESUMEN DEL PROYECTO****TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

El sector de la estética y de la relajación tanto masculina como femenina, preocupados por su salud y su imagen, comienzan a afianzarse tras dar sus primeros pasos hace tan sólo unos años en la ciudad de Loja.

La finalidad de este proyecto es que los clientes de este mercado encuentren en un solo lugar como lo es Centro Estético Unisex con servicios de alta calidad que les permitan mejorar su imagen rápida y eficazmente, además de fomentar en sus vidas el valor de la imagen y la salud.

Luego de realizar un sondeo a un grupo de habitantes, se logró dar cuenta que actualmente los Centro Estéticos no brindan un servicio completo para hombres y mujeres ya que sus necesidades de relajación y cuidado de imagen cada vez son mayores. La anterior situación se refleja en las siguientes circunstancias: El estrés de las personas en la ciudad ha aumentado en los últimos tiempos debido a sus abundantes obligaciones y responsabilidades laborales, provocando un proceso de disminución de recursos (atención, memoria, activación fisiológica, rendimiento, etc.) que hace disminuir la productividad.

En la actualidad la mayoría de los centros solo tienen enfocado a un

determinado sector del mercado como es el de las mujeres dejando a un lado el sector masculino. Además, aquellos centros que están establecidos en nuestra ciudad cuentan con poca tecnología por lo que la salud de las personas se ven afectadas lo que produce desconfianza y no desean asistir a estos lugares de relajación.

Varias cosmetólogas indican que estos tratamientos son atractivos para las mujeres que naturalmente buscan ver su aspecto físico cada vez mejor, pero recalca que hay un importante público masculino que por diferentes motivos no se atreven a asistir a estos centros estéticos, ella cree que este problema se da porque la mayoría de la publicidad de los centros estéticos de la ciudad de Loja están dirigidos al público femenino o, también que la oferta hacia los hombres es muy poca ya que en muchos de estos centros aunque no lo aclaran también pueden demandar estos servicios ambos sexos.

Se concluye, de manera preliminar que, el servicio de estos centros para los hombres esta apenas en crecimiento lo que hacen que la oferta del servicio de un centro estético unisex sea atractiva para el público masculino.

Con todo lo mencionado anteriormente se plantea el problema central: **La falta de la Implementación de un Centro Estético Unisex en la Ciudad de Loja.**

OBJETIVOS

Objetivo General

“Efectuar el Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro estético unisex en la ciudad de Loja”

Objetivos Específicos

- Determinar el Estudio de Mercado, para establecer la oferta y demanda existente de este servicio.
- Desarrollar un estudio técnico que permita establecer el tamaño y localización de la empresa, su capacidad instalada y utilizada, los recursos humanos adecuados, los procesos a manejar y el área física requerida para el desarrollo de sus actividades.
- Determinar la estructura orgánico-funcional en la empresa y la utilización de procesos administrativos para la puesta en marcha del centro estético.

Estructurar el estudio económico financiero, a fin de conocer la inversión necesaria, sus activos y presupuestos requeridos, establecer los costos e ingresos, y la evaluación financiera a través de sus indicadores, como el VAN, TIR, R b/c, PRC, y el Análisis de sensibilidad.

METODOLOGÍA

Para la realización del presente proyecto se considera utilizar algunos métodos, técnicas y procedimientos que se describen a continuación:

1. MÉTODOS

Método Inductivo: Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. Este método servirá de base importante en la aplicación de las encuestas las que arrojarán información que servirá para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas y poder llevar a cabo el estudio de mercado y que previamente serán aplicadas mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

Método Deductivo: En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares. Este método será de gran ayuda para recolectar información que se utilizara en la revisión literaria mediante información bibliográfica y virtual de los diferentes ítems que comprende el proyecto de factibilidad.

Método Descriptivo - Analítico: Este método se lo utilizará durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se hará un proceso descriptivo – analítico, el cual permitirá analizar e interpretar la situación actual de la empresa, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

2. TÉCNICAS

Encuesta

Esta técnica es utilizada para recoger información necesaria como los gustos y preferencias del segmento de la población en estudio, para esto se emplearán dos tipos de encuestas:

- Se aplicará a las 397 familias de la ciudad de Loja con la finalidad de saber la aceptación que tendrá el servicio en el mercado.
- Otra encuesta se destinará a los 30 oferentes, en este caso a los centros estéticos existentes en la ciudad de Loja.

Observación

Una de las técnicas más precisas por medio de la cual se puede analizar el producto o servicio que se va a implementar en la ciudad de Loja.

Revisión bibliográfica

Esta contribuirá a recopilar información que me será muy útil en la realización del presente estudio teórico práctico.

3. PROCEDIMIENTOS

Para el desarrollo de este proyecto se tomó como base los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el año 2010, en el cual indica que la ciudad de Loja existen 86.631 hombres y 93.986 mujeres sumando estos dos totales se obtiene un total de 180617 habitantes y tiene una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%. Con estos datos se aplica la fórmula de la proyección de la población para el año 2014 y obtener el número de habitantes en la actualidad, cuyos resultados de la proyección se describen a continuación:

Nomenclatura:

Po = Población inicial

Pf = Población final

r = tasa de crecimiento

n= Número de años

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN:

$$Pf_{2014} = Po_{2010} (1+0.0265)^4$$

$$Pf = Po (1+r)^n$$

$$Pf_{2014} = 180617 (1,0265)^4$$

$$Pf_{2014} = 180617 (1,110288)$$

$$Pf_{2014} = 200537 \text{ habitantes}$$

Luego para conocer el tamaño de la muestra de este estudio se toma a la población proyectada para el año 2014 que es 200537 habitantes y se la divide para el promedio familiar, que para la región 7 es de 4 miembros por familia, dando un total de 50134 familias ya sea hombres y mujeres.

MUESTRA

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias en la ciudad de Loja del año 2014 que representa a 50134 familias, cuyos resultados se describen a continuación:

$$n = \frac{N}{1+(e)^2N}$$

$$n = \frac{50134}{1 + (0.05)^2 50134}$$

$$n = \frac{50134}{126,335} = 397$$

n= Tamaño de muestra
 e= Margen de error (5%)=0,05
 N= Población o universo
 1= Constante

Por tanto para el desarrollo de este estudio se aplicarán 397 encuestas.

CUADRO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA LA CIUDAD DE LOJA

Cuadro N° 1

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS						
Parroquias	Habitantes 2010	Tasa de Crecimiento	Porcentaje	Proyección 2014	Familias	Número Encuestas
EL VALLE	32511	2,65%	18.00%	36097	9024	71
EL SUCRE	63216	2,65%	35.00%	70188	17547	139
EL SAGRARIO	25286	2,65%	14.00%	28075	7019	56
SAN SEBASTIÁN	59604	2,65%	33.00%	66177	16544	131
TOTAL	180617	2,65%	100 %	200537	50134	397

Fuente: INEC, censo poblacional y vivienda del año 2010

Elaborado: La Autora

ANEXO Nº 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARREARA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

Como Estudiante de la Universidad Nacional de Loja quien de manera muy comedida solicito a usted se digne proporcionar información de acuerdo a las preguntas planteadas para Implementar un Centro Estético Unisex en la Ciudad de Loja tema en el cual se sustenta mi proyecto de factibilidad al fin de obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas.

Datos Generales

Sexo

Masculino ()

Femenino ()

Cuáles son sus Ingresos actuales

\$340 a \$380 ()

\$381 a \$400 ()

\$401 a \$440 ()

\$441 a \$480 ()

\$481 a \$500 ()

Más de \$500 dólares ()

Datos Específicos

1. Usted hace uso de los servicios estéticos

Si ()

No ()

2. Cuáles son los lugares donde usted hace uso de los servicios estéticos

Especifique.....

.....

.....

3. Indique los servicios que usted más utiliza

Cortes de cabello ()

Tintes ()

Tratamientos de lisado ()

Cepillados ()

Peinados ()

Planchado ()

Maquillaje ()

Spa de manos y pies ()

Tratamiento facial ()

4. ¿Cuántas veces acude mensualmente a estos centros estéticos?

- 1 a 2 veces ()
 3 a 4 veces ()
 5 a 6 veces ()
 7 a 8 veces ()

5.Cuál es el precio que usted paga por el servicio?

Cortes de cabello **Precio**

Tintes

Tratamientos de lisado

Cepillados

Peinados

Planchado

Maquillaje

Spa de manos y pies

Tratamiento facial

6. Al momento de utilizar este servicio que aspectos toma en consideración?

- Precio ()
 Servicio ()
 Atención ()

7. ¿Si se implementara un centro estético en la ciudad de Loja usted acudiría a la nueva empresa?

- Si ()
 No ()

8. Si su respuesta es positiva ¿usted utilizaría el servicio de esta empresa?

- Si ()
 No ()

9. ¿Qué promociones le gustaría que ofrezca la empresa?

- Descuentos ()
 Ofertas ()
 Productos Gratis ()
 Otros ()

Indique.....

10. ¿En qué horarios le gustaría acudir al Centro unisex?

- Mañana ()
 Tarde ()

11. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la nueva empresa?

- Radio ()
 TV ()
 Prensa escrita ()

12. Donde le gustaría que se encuentre ubicada la nueva empresa?

- Centro de la ciudad ()
 Norte de la ciudad ()
 Sur de la ciudad ()

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARREARA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA REALIZADA A LOS CENTROS ESTÉTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Como Estudiante de la Universidad Nacional de Loja quien de manera muy comedida solicito a usted se digne proporcionar información de acuerdo a las preguntas planteadas para Implementar un Centro Estético Unisex en la Ciudad de Loja tema en el cual se sustenta mi proyecto de factibilidad al fin de obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas.

1. ¿Qué tipo de servicios usted tiene en su empresa?

Cortes de cabello ()

Tintes ()

Tratamientos de lisado ()

Cepillados ()

Peinados ()

Planchado ()

Maquillaje ()

Spa de manos y pies ()

Tratamiento facial ()

Otros ()

Indique.....

.....

2. ¿Qué aspecto toman en consideración sus clientes al momento de adquirir los servicios?

Precio ()

Presentación ()

Atención ()

Otros ()

3. ¿Cuántas personas visitan a su empresa mensualmente?

1 a 50 ()

51 a 100 ()

101 a 200 ()

201 a 300 ()

4. Cuáles son los días de menor preferencia en su empresa?

Lunes ()

Martes ()

Jueves ()

Viernes ()
Sábado ()
Domingo ()

5. ¿En qué medio de comunicación pública usted el servicio que ofrece?

Televisión ()
Radio ()
Prensa ()

6. ¿Brinda su empresa promociones a sus clientes?

Si ()
No ()

7. ¿Qué tipo de promociones son las que su empresa brinda a sus clientes?

Descuentos ()
Ofertas ()
Productos Gratis ()
Otros ()

ANEXO N° 3

Prorrateso para los cuatro servicios

Variable	Prorrateso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cortes de cabello	36%	20592	23020	25449	27877	30305	32733,35748	35161,6295	37589,9015	40018,1735	42446,4455
Peinados	18%	10296	11510	12724	13938	15153	16366,67874	17580,8147	18794,9507	20009,0867	21223,2227
Maquillaje	36%	20592	23020	25449	27877	30305	32733,35748	35161,6295	37589,9015	40018,1735	42446,4455
Masajes Corporales	10%	5720	6395	7069	7744	8418	9092,5993	9767,1193	10441,6393	11116,1593	11790,6793
Total	100	57200	63945	70690	77436	84181	90926	97671	104416	111162	117907

ÍNDICE GENERAL

CARATULA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCION	7
d. REVISION DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y METODOS	40
f. RESULTADOS	45
g. DISCUSION	70
h. CONCLUSIONES	156
i. RECOMENDACIONES	158
j. BIBLIOGRAFIA	159

k. ANEXOS

160

INDICE

171