



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE
MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”.**

Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniera Comercial

AUTORA:

MARILÚ DEL CISNE GUALÁN OVIEDO

DIRECTOR:

ING. CARLOS ALFREDO RODRÍGUEZ ARMIJOS MG. SC.

Loja – Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN

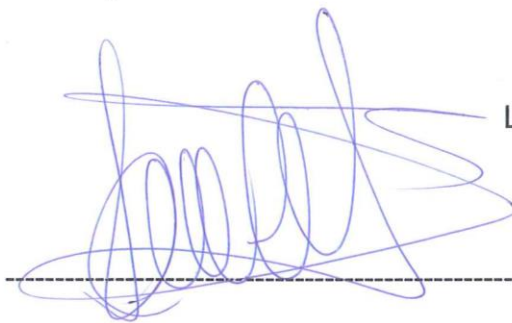
Ing. Com. Mg. Sc.

Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”**, elaborada por la señora **Marilú del Cisne Gualán Oviedo**, luego de verificar que cumple con las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para que la aspirante pueda continuar con los trámites de rigor como requisito previo para obtener el grado de Ingeniera Comercial.



Loja, 14 de febrero de 2017

Ing. Com. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos. Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Marilú del Cisne Gualán Oviedo**, declaro ser la autora del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizó a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mis tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Autor: Marilú del Cisne Gualán Oviedo

Cédula: 1105587909

Fecha: Loja, 15 de febrero del 2017

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

Yo, **Marilú del Cisne Gualán Oviedo**, declaro ser la autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”**., como requisito para obtención del Título de Ingeniera Comercial, 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: **Los usuarios pueden consultar el contenido del trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.**

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 15 días del mes de febrero del dos mil diecisiete, firma la autora.

Firma:  _____

Autora: Marilú del Cisne Gualán Oviedo

Cédula: 1105587909

Dirección: Benjamín Carrión y Carigan - Ciudad de Macará - Loja.

Email: maricisne19@hotmail.com

Teléfono: 0988602244

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Com. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

Tribunal de Grado:

Ing. Com. Luis Alcívar Quizhpe Salinas	Presidente
Ing. Com. Galo Eduardo Salcedo López	Vocal
Ing. Ruth Ortega Rojas	Vocal

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a la Honorable Universidad Nacional de Loja para abrirme las puertas Para culminar mi estudios superiores, a mis profesores que fueron un pilar fundamental para mis conocimientos obtenidos durante estos módulos que duro la carrera.

Al Ingeniero Carlos Rodríguez Armijos por la amistad, confianza, cariño, y asesoramiento entregado a lo largo de la tesis, por su generosa y oportuna predisposición al satisfacer mis dudas con su valiosa experiencia.

Al Presidente y Miembros del Tribunal que a lo largo de mis estudios me han impartido su conocimiento y brindado su valiosa amistad.

Marilú del Cisne Gualán Oviedo

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico con todo el cariño a mis queridos padres: Manuel Gualán y Enith Oviedo, quienes me proporcionaron parte de mi estudio, además me enseñaron a amar, querer y superar las dificultades presentadas, asimismo fueron motores de inspiración a trabajar con pasión y determinación por mis ideales con su sola y dulce presencia.

A mi amado esposo Xavier Espinosa y mi hermosa hijita Luisana Espinosa porque son el motor de mi vida, por su apoyo incondicional y la valiosa sabiduría que tienen para guiarme e inspirarme a conquistar el éxito brindándome amor, cariño y sobre todo comprensión los amo con todo mi corazón.

A mis hermanos, familiares, amigos quienes siempre me apoyaron y me dieron fuerzas para seguir adelante.

A mis compañeros, amigos por su ayuda, asesoría y motivación entregada y quienes también han aportado indirectamente para la realización de mi tesis; para todos ustedes mil gracias.

Marilú del Cisne Gualán Oviedo

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”.

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo, se intitula: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”. Se realizó en la ciudad de MACARÁ; con la finalidad de verificar la factibilidad de la implementación de un Centro Estético Facial.

El estudio se enfocó para aprovechar las necesidades de imagen y relax existentes en la actualidad, tratando de lograr que los usuarios se sientan bien y mejoren su imagen personal.

En el mercado existen centros similares al que se pretende crear, sin embargo no son especializados en estética facial; sino más bien se constituyen como Spas con servicios generales de imagen y relax, lo que para la nueva empresa constituye una ventaja competitiva.

Para efectuar el estudio se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo deductivo y técnicas como la observación directa, la entrevista y la encuesta los mismos que permitieron recabar información relevante para el presente proyecto.

Primeramente se realizó el estudio de mercado en el que básicamente se aplicó la encuesta a 356 mujeres de la PEA de la ciudad de Macará y 3 encuestas a las empresas que ofrecen servicios similares, pudiéndose

determinar que existe una demanda efectiva de 50.927 servicios de estética facial; en cuanto a la oferta se cuenta con 5.760 servicios de estética facial para el primer año, lo que no es suficiente por cuanto existe una demanda insatisfecha de 45.167 servicios de estética facial.

Dentro del estudio técnico se pudo calcular la capacidad instalada que será de 36.134 y una capacidad utilizada de 36.134 para el primer año. También se pudo determinar la macro y micro-localización de la empresa, pues se observó que en el mercado exista la disponibilidad de materia prima, facilidad de acceso para las consumidoras, facilidad de transporte, servicios básicos, infraestructura, entre otros, determinando así que la ubicación más favorable será la provincia del Loja, Cantón Macará, parroquia Macará, en la calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo.

En el estudio organizacional se determinó la constitución de la empresa, la misma que tendrá como razón social "NATURAL FACE CÍA. LTDA"., y será de Responsabilidad Limitada, el personal de trabajo en la parte administrativa será un Gerente General, Abogado, Secretaria-Contadora, y en la parte operativa contará con una Cosmetóloga y dos Auxiliares Cosmetólogas y un Auxiliar de Marketing, los mismos que constarán en el organigrama estructural y funcional, recibiendo además el manual de Funciones.

El estudio financiero permitió determinar que la implementación de la empresa es aconsejable. Pues la inversión total para este proyecto será de

\$ 41.019,41 dólares que se financiarán con un 51% de aporte de los accionistas y un 49% con un crédito en el Banco de Loja de \$ 20.000 a 3 años plazo con una tasa de interés de 10,35% anual, además para el primer año los costos totales serán de \$ 162.248,75, los ingresos alcanzarán 210.923,37; llegándose a obtener una utilidad neta de \$ 27.927,07.

En la evaluación económica se determinó un VAN de \$ 88.084,45; se obtuvo también una TIR de 72,51% muy superior al 10,35% de interés del préstamo bancario, además la inversión se recuperará en 1 año, 3 meses y 22 días, se determinó así mismo, una Relación Beneficio-Costo de 1,30 y finalmente se definió que el proyecto soportará hasta un incremento de 16,39% de los costos y una disminución hasta 12,61% de los ingresos. El análisis realizado en el desarrollo de cada una de las fases del presente proyecto, permitió llegar a la conclusiones y recomendaciones de que sí es factible la creación e implementación de un Centro Estético Facial en la ciudad de Macará.

ABSTRACT

The present research work is entitled: "FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF A FACIAL AESTHETIC CENTER, IN THE CITY OF MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, AND PROVINCE OF LOJA". It was held in the city of MACARÁ; With the purpose of verifying the feasibility of the implementation of a Facial Aesthetic Center.

The study focused on taking advantage of the existing image and relaxation needs, trying to make users feel good and improve their personal image.

In the market there are similar centers that are intended to be created, however they are not specialized in facial aesthetics; But rather are constituted as Spas with general services of image and relaxation, which for the new company constitutes a competitive advantage.

Several methods were used to carry out the study, such as the scientific, analytical, inductive and deductive techniques such as direct observation, interview and the survey that allowed the collection of relevant information for the present project.

Firstly, the market study was carried out, in which the survey was basically applied to 356 women from the city of Macará and 3 surveys of companies offering similar services, and it can be determined that there is an effective

demand for 50,927 facial aesthetic services; In terms of the offer, there are 5,760 facial aesthetic services for the first year, which is not enough because there is an unsatisfied demand for 45,167 facial aesthetic services.

Within the technical study it was possible to calculate the installed capacity that will be 36,134 and a capacity used of 36,134 for the first year. It was also possible to determine the macro and micro-location of the company, as it was observed that there is availability of raw material, easy access for consumers, easy transportation, basic services, infrastructure, among others, thus determining the most favorable location will be the province of Loja, Canton Macará, parish, Camilo Ponce and Eugenio Espejo streets.

In the organizational study was determined the constitution of the company, the same that will have as its corporate name "NATURAL FACE CÍA. LTDA", and will be of Limited Liability, the personnel of the administrative part will be a General Manager, Lawyer, Secretary-Accountant, and in the operative part will have a Cosmetologist and two Cosmetologist Assistants and a Marketing Assistant, the same Which will be included in the structural and functional organization chart, also receiving the Functions manual.

The financial study allowed to determining that the implementation of the company is advisable. As the total investment for this project will be \$ 41,019.41 dollars to be financed with a 51% shareholder contribution and 49% with a loan in the Banco de Loja of \$ 20,000 to 3 years term with an

interest rate Of 10.35% per year, in addition for the first year total costs will be \$ 162,248.75, revenues will reach 210,923.37; Reaching a net profit of \$ 27,927.07.

In the economic evaluation, a NPV of \$ 88,084.45 was determined; A TIR of 72.51% was also obtained, much higher than the 10.35% interest of the bank loan, in addition the investment will be recovered in 1 year, 3 months and 22 days, a Profit-Cost Ratio of 1 , 30 and finally defined that the project will support up to a 16.39% increase in costs and a decrease to 12.61% of revenues. The analysis carried out in the development of each of the phases of the present project allowed to concluding that it is feasible to create and implement a Facial Aesthetic Center in the city of Macará.

c. INTRODUCCIÓN

Con la implementación del presente proyecto se cubrirá las necesidades de imagen y relax de la población económicamente activa de la ciudad de Macará, así como a la creación de fuentes de empleo; e indirectamente al desarrollo socio-económico de la ciudad y de sus pobladores.

Por ello los objetivos específicos del presente proyecto están enmarcados en realizar un Estudio de Mercado, un Estudio Técnico, un Estudio Administrativo, un Estudio Financiero y una evaluación Económica, mismos que permitirán cumplir con el Objetivo general, que es determinar la factibilidad para la creación de un Centro Estético Facial en la ciudad de Macará.

Ya para el desarrollo de los objetivos específicos se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa y la encuesta. En donde cada uno de ellos fue útil y necesario para el avance del presente proyecto de inversión.

Es así como en el estudio de mercado se hace relación a la demanda y la oferta, las características del servicio, entre otros.

El estudio técnico detalla tamaño y localización, capacidad de comercialización y todo en cuanto al proceso operativo se refiere.

En el estudio Administrativo se explica el aspecto legal y administrativo bajo el cual se registrará la nueva empresa “NATURAL FACE” CÍA. LTDA.

El estudio Financiero define la Inversión, los costos, los ingresos, los egresos y el Punto de Equilibrio.

Finalmente la evaluación económica mide la rentabilidad del presente proyecto a través de algunas herramientas como el VAN, la TIR, el PER, la Relación Beneficio-Costo y el Análisis de Sensibilidad.

La estructura del presente trabajo de investigación se encuentra resumida de la siguiente manera:

En el primera instancia de la tesis se encuentra en el Título “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”., luego el esta el Resumen donde se presenta una síntesis clara y precisa de todo el trabajo, en el que constan datos importantes como el objetivo general, metodología y las conclusiones más importantes del estudio; la Introducción se refleja y contextualiza de manera resumida la problemática por la que atraviesa la empresa, las razones por las que se escogió el tema de investigación, objetivos específicos y la estructura de la tesis que es presentada mediante literales; seguidamente la Revisión de la literatura donde se expone todo el contenido textual tomado de diferentes autores el cual estuvo dividido en Marco Referencial donde se detalla todo lo

relacionado a la empresa, y el Marco Conceptual con todos los conceptos necesarios respecto al tema de investigación; para continuar con Materiales y métodos utilizados, en este espacio se detalló los materiales usados durante el desarrollo de la tesis, además de las técnicas y métodos necesarios que fueron utilizados en todas las etapas de la misma para la recolección de información y su posterior análisis; los Resultados donde se presenta primeramente el análisis de demandantes y la tabulación de cada una de las preguntas de la encuesta realizada a los demandantes y oferentes, además de la tabulación de la entrevista, las mismas que incluyen gráficos, cuadros y un análisis e interpretación detallada; posteriormente una vez analizados los resultados se presenta la Discusión el mismo que constituye una de las partes más importantes dentro de la estructura de la tesis, en el que se planteó las propuestas obtenidas en base a lo largo de la investigación, entre las que tenemos El estudio técnico, estudio legal administrativo, estudio financiero, y la evaluación económica; a continuación aparecen las Conclusiones este apartado se redactó basado directamente en los resultados obtenidos dando a conocer el punto de vista final; luego las Recomendaciones fueron redactadas a partir de las conclusiones obtenidas, a las que se llegó al finalizar el trabajo investigativo, así mismo la Bibliografía donde se puntualiza cada una de las páginas electrónicas de internet visitadas, los libros y folletos de consulta que fueron utilizados a lo largo del desarrollo del presente trabajo y finalmente los Anexos se adjuntan detalles extras como son la ficha de resumen del proyecto, el formato de la encuestas, entrevista.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Empresa de Servicios

El servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad.

Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Las empresas se deben caracterizar por el nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio.

El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad.

El personal en todos los niveles y áreas de debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

“Los compradores o consumidores de algunos productos o servicios, son poco sensibles a la calidad, sin embargo es posible influir en los clientes potenciales y actuales para que aprecien los niveles de calidad en los mismos. Esto se puede lograr mediante la interacción consistente con el cliente para desarrollar un clima de confianza y seguridad.” (Harris Edward, 2013)

Clasificación de las Empresas de Servicios

Como su nombre lo indica son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Entre ellas tenemos servicios públicos y privados.

Servicios públicos: En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social. A continuación detallamos algunas de ellas;

- Salubridad (Hospitales)
- Comunicaciones, energía, agua y otros

Servicios privados: Son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa, entre ellas tenemos Nacionales, Extranjeras, Transnacionales.

Empresas de servicio privadas

- Servicios administrativos,
- Contables, jurídicos, asesoría,
- Transporte (colectivo o de mercancías)
- Turismo
- Instituciones financieras
- Finanzas y seguros

Mantenimiento

“Es un servicio que agrupa una serie de actividades cuya ejecución permite alcanzar un mayor grado de confiabilidad en los equipos, máquinas, construcciones civiles, instalaciones”¹

Razones del Mantenimiento

- Evitar, reducir, y en su caso, reparar, las fallas sobre los bienes precipitados.

¹ MOLINA José. Mantenimiento y seguridad industrial. Disponible en: www.ugr.unsl.edu.ar/documentos/Mantenimiento%20Industrial.doc

ESTÉTICA

Concepto

Según Rodríguez, (2012) “Es la disciplina que trata de lo bello y los diferentes modos de aprehensión y creación de las realidades bellas, si se entiende por bello aquello que despierta en el hombre una sensación peculiar de agrado”

Visto a la luz de la etimología, la palabra procede de aesthetikos que significa lo que se percibe mediante sensaciones. Por lo tanto, la estética es la encargada de estudiar la belleza; normas y métodos para estudiar la belleza. Entendiendo por belleza la idea sobre la perfección de las cosas. También la estética podría definirse como el conjunto de percepciones sensitivas que genera la contemplación de un objeto y la reacción de agrado y placer que se produce en el observador.

La estética facial

Es la encargada de estudiar el grado de belleza de la cara. No hay una única estética facial ideal. Una apariencia facial considerada muy estética por unos individuos, puede ser menos estética por otros. Las ideas sobre estética varían con el discurrir del tiempo, es decir, la estética facial está sometida a modas, de manera que no existe una noción exclusiva de belleza facial sino una serie de conceptos diversos, en los que el rostro es apreciado desde perspectivas diferentes.

Esta percepción se halla sujeta, por otra parte, a grandes variaciones individuales e incluso a las naturales fluctuaciones observadas entre culturas y grupos sub-culturales concretos. Por ejemplo, dentro de un mismo grupo social parece que las mujeres son más sensibles que los hombres y los jóvenes más conscientes que los viejos.

Tratamientos Faciales

Son procedimientos especializados con la aplicación de productos profesionales, caseros o naturales que permiten mantener la salud y juventud de la piel del rostro.

Entre los tratamientos faciales más comunes podemos encontrar:

- Aplicación de máscaras y mascarillas
- Masajes de tonificación
- Masajes para reducir arrugas o pliegues en la piel
- Depilaciones
- Tratamiento para el acné y otras afecciones de la piel leves
- Tratamiento para manchas

Servicio de estética facial

Son todos aquellos procedimientos faciales o corporales que no requieran de la formulación de medicamentos, intervención quirúrgica, procedimientos invasivos o actos reservados a profesionales de la salud.

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

Para Lopera Rey, Isabel (2011), una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica.

Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión.

La planificación posterior está condicionada por dicha definición.

EMPRESARIO

Es la actividad de un individuo u organización que implica producción, comercio y/o servicios.

SERVICIOS

Los servicios constituyen una de las actividades tipificadas del sector terciario en un subsector que engloba un grupo heterogéneo de ocupaciones indispensables para el funcionamiento económico. El sector de servicios incluye subsectores tales como: Transporte, educación, comunicación, comercio, turismo, seguros, banca y profesionales liberales.

ORGANIZACIÓN

La transformación de una organización es la utilización plena del poder intelectual del empleado, la sistemática eliminación del desperdicio y el retroceso, la apreciación de variación inherente de un proceso, todos los esfuerzos son parte de un sistema; no se puede cambiar una parte sin que se afecten las otras.

EMPLEADO

Vocablo de sentido general que abarca todas aquellas personas que trabajan por un sueldo o salario, que presta sus servicios a un empresario.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

“Es toda iniciativa emprendedora, en una empresa nueva integralmente vista, o en un frente específico de una organización en operación, la cual exige aplicar factores de producción, para obtener beneficios tangibles o intangibles, traducidos en bienes materiales, aportantes de riqueza o bienes sociales, que mejoran el capital humano o el sistema de vida general.”

(Ramírez, Cajigas, 2014)

- El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:
- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

- Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias. Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

Objetivos de proyecto de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.

- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

ESTUDIO DE MERCADO

“Consiste en establecer la cantidad y calidad de los bienes y/o servicios que se ha de producir conociendo la demanda, la oferta y su proyección, con el fin de establecer el precio o el costo que ha de pagarse por ellos. El estudio a realizarse, dependerá de la naturaleza del producto o servicio, es decir que su profundidad variará en función del producto o servicio que se está analizando en el mercado” (Ferré, José, 2014)

Demanda

“La demanda es la función más importante que se necesita analizar, porque establece quienes van a ser los posibles demandantes del producto o servicio” (Jacóme Walter, 2012)

En si la Demanda es cuando el consumidor formula expresamente su voluntad de comprar un producto y tiene la capacidad requerida para adquirirlo surge la demanda.

Demanda Potencial: Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por al niño que está por venir).

Demanda Real: La demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”.

Demanda Efectiva: Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esa sería la demanda real.

Demanda Satisfecha: Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accedisteis al producto).

Demanda Insatisfecha. “Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.” (Jacóme Walter, 2012)

Proyección de la demanda: Es indispensable estimar la demanda futura de los bienes o servicios que se estudie con el objeto de conocer cuál será la cantidad que se podría vender y producir con sus respectivos precios y costos.

Oferta: Se la define como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

Proyección de la oferta: Viene a ser la estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global: Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

Relación oferta-demanda

Con la información sobre la oferta y la demanda se puede dimensionar el déficit actual. Esto es fundamental para fijar correctamente las metas del proyecto. El déficit es la diferencia entre la demanda y la oferta para cada uno de los períodos de la vida del proyecto. Cuando la diferencia es cero, no hay déficit y la cobertura (potencialmente) es 100%. Si es mayor que cero, hay exceso de oferta y (potencialmente) de cobertura. Si es menor que cero, hay déficit de oferta y de cobertura. En los dos primeros casos, si la cobertura neta es inferior a 100% hay que analizar los problemas de acceso de la población objetivo (alto precio, desconocimiento, mala distribución, etc.

Proceso de la comercialización

Producto.- Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso.

Precio.- Es una expresión de valor que se le da al producto para el mercado el que proporciona una base económica viable para formar y mantener la empresa.

Plaza.- Son los medios relacionados con la circulación de los bienes o servicios desde los sitios en que se producen hasta llegar al consumidor final.

Promoción.- Es el medio que se sirve la empresa para hacer conocer su producto, es decir es la intensificación de negocios en un mercado previsto.

EL ESTUDIO TECNICO

“Supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero”
(Miranda Juan, 2012)

En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Tamaño y localización

“Se considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para su tipo.

Dentro del proyecto se determina el tamaño óptimo, la localización, los equipos, maquinaria, insumos y las instalaciones para el funcionamiento y operatividad” (Flores Antonio, 2014)

Capacidad instalada: Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

Capacidad utilizada: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.

Localización

“La localización se efectúa mediante los mismos criterios generales utilizados para la determinación del tamaño óptimo, incluyendo el análisis lo específico de la ubicación, los costos particulares de los insumos de cada lugar y los distintos costos de aducción y distribución que resultan para cada emplazamiento” (Flores Antonio, 2014)

Fuerzas Locacionales: Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

MATRIZ DE FACTORES LOCALIZACIÓN

Tabla N° 1

Factor/ localización	OPCIÓN A		OPCIÓN B		OPCIÓN C	
	Calificación %	Ponderación %	Calificación n	Ponderación %	Calificación %	Ponderación %
Costos del alquiler						
Cercanía del lugar						
Sector N° empresas						
Costos Transporte						
TOTAL						

INGENIERÍA DEL PROYECTO: “Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.” (Castillo Álvaro, 2013)

Proceso de producción: El proceso de producción es la secuencia de operaciones, movimientos, almacenamientos e inspecciones, por medio de la cual las materias primas se convierten en un producto terminado.

Estudio de producto: Se tratará de conocer sus características y especificaciones, sus usos, los productos sustitutos, el embalaje, la presentación, las normas de calidad, etc.

Estudio del proceso: Se tratará de conocer ensayos preliminares, el proceso productivo, la selección del proceso, descripción del proceso, disponibilidad de tecnología, subproductos y su utilización y los residuos, desperdicios, su eliminación.

Estudio de los insumos.- Se tratará de conocer a las materias primas principales, materiales indirectos, mano de obra, suministros.

Estudio de las instalaciones.- Se tratará de conocer la maquinaria y equipo, las instalaciones principales y auxiliares, la distribución de planta y edificio, la flexibilidad de la instalación, los diseños básicos y el montaje y cronogramas.

Diagrama de flujo.- Este método es similar al diagrama de bloques, se explica el proceso de una forma más detallada y con más información e indicando la simbología de la actividad realizada. Representa además gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos de fabricación, los productos de entrada o salida de cada operación.

Diagrama de proceso.- Son aquellos que localizan y eliminan deficiencias al mismo tiempo analizan todo el proceso. Entre las acciones más comunes tenemos la operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento.

Distribución de la planta.- Aprovecha al máximo el espacio físico que se dispone, para que los servicios sean más eficaces, proporcionando la mayor comodidad a los empleados y al público, a más de garantizar la supervisión y seguridad de la planta.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN

“La organización administrativa deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se deben de asumir funciones y responsabilidades de los puestos estratégicos de la organización.” (Galarza Carlos, 2015)

Se podrá formular un organigrama que permita visualizar gráficamente tanto el número de personas como sus niveles jerárquicos.

Niveles jerárquicos

Son los grados de autoridad que existe, los cuáles se los define sabiendo que tipo de empresa se maneja, las responsabilidades y funciones. Entre los niveles tenemos, el legislativo - directivo; el ejecutivo, el asesor, el operativo, el auxiliar o de apoyo y el descentralizado.

Organigrama.- “Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran”

Manual de funciones.- Es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

Aspectos jurídicos

Se podrá constituir una Sociedad Anónima, Cooperativa, Civil, etc. Las consideraciones básicas son la finalidad que tiene la empresa, el capital a invertir, el aprovisionamiento de las materias primas y las características del mercado consumidor.

Base legal

“Se trata de determinar la inexistencia de normativas que restringe tanto en la etapa de inversión, implementación y operación del proyecto y sus posibles costos. Deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.” (Galarza Carlos, 2014)

EL ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero debe presentarse inicialmente un análisis comparativo, que tome por un lado las necesidades de recursos financieros de la empresa para el proyecto (estimadas a base de los costos de construcción y de producción y de los precios previstos de los insumos) y, por otro, las proyecciones de ingresos financieros de operación, basadas en las estimaciones de uso de la capacidad instalada y precios de venta estimados” (ILPES, 2014)

“Inversiones fijas.- Son aquellas inversiones de propiedad de la empresa que tienen una vida útil mayor a un año. Se encuentran los terrenos y

recursos naturales, edificios y construcciones, maquinaria y equipo, otros equipos (herramientas, laboratorios), gastos de instalación, vehículos, muebles y equipos de oficina, envases, investigaciones previas y estudios, organización y patentes, capacitación personal, puesta en marcha, intereses durante la construcción y por último los imprevistos.” (Miranda Juan, 2013)

Inversiones circulantes.- Son aquellas que dependen del nivel de efectivo de producción de la empresa. Estas son: efectivo en caja y bancos, cuentas por cobrar.

Capital de trabajo.- Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Estas son materia primas, mano de obra, materiales indirectos, gastos generales de fabricación, gastos de administración y ventas, etc.

- **Financiamiento:** El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.
- **Fuentes internas de financiamiento.-** Son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa.
- **Fuentes externas de financiamiento.-** Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

Presupuesto

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Flujo de Caja

“Es el resumen de lo ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.”
(Ortiz Diego, 2013)

Estado de Pérdidas y Ganancias.- “Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta” (Brown Colin, 2014)

Balance General

Es un estado conciso formulado con datos de los dólares de contabilidad, llevados por partida doble, en el cual se consignan de un lado todos los recursos y de otro lado las obligaciones de la empresa.

Depreciación

Es la pérdida de valor como activo que tiene los edificios, vehículos, maquinarias y más activos fijos, el valor depreciable es anual.

Utilidad

Es el margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según cubra los costos de la inversión.

Costos: Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

“Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el período completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

Costos Variables.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.” (Ballou Ronald, 2014)

Costos de Servicios

Cuando se trata de una empresa de servicio, lo usual es denominar costos solamente a los costos incurridos en la prestación del servicio.

Estos costos están conformados por los siguientes elementos:

Costos de Suministros diversos

Costos conformados por las compras que realiza la empresa para poder brindar dar el servicio.

Costos de Mano de Obra por el servicio

Costos conformados por los sueldos de los trabajadores que ofrecen el servicio

Costos Indirectos

“Costos conformados por elementos que intervienen indirectamente en la prestación del servicio, tales como: depreciación, energía, agua, teléfono, alquileres, mantenimiento, reparaciones, etc.” (Cuevas Carlos, 2012)

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Gastos de administración.- Son aquellos que corresponde a aquellos resultantes de la administración de la empresa independientemente del aspecto productivo de la industria.

Gasto de ventas.- Son los gastos resultantes directamente de la venta final del producto, de manera que también forma parte del costo total.

Gastos Financieros.- Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir, son los gastos resultantes de la contratación de los préstamos o créditos necesarios para impulsar un proyecto.

Punto de equilibrio

“Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, lo que representa que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdida y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo, necesario clasificar los costos en fijos y en variables, los mismos que detallamos en el Cuadro No 50 (Estructura de Costos) y que corresponden a los gastos operacionales para los cinco años de vida útil del proyecto”²

Punto de equilibrio en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CU} \times 100$$

En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Costo Variable}} \times \frac{1}{\text{Ventas o Ingresos}}$$

- **Valor actual neto (VAN):** “Es aquel que permite atraer el valor actual a través de un factor de actualización. Además si el VAN es positivo el

² UGALDE Esquivel Gilberto. Administración de empresas Agropecuarias. Pág. 214

proyecto es conveniente financiarse, y si es negativo el proyecto no sería viable.

Si el VAN aumenta y aumento el precio, es hasta donde se produce la primera repetición, o sea, a partir donde se repite el ciclo. Valor de Desecho: Valor del Proyecto al fin del período de la evaluación, si al momento en que entra el régimen está bajo, es porque el horizonte está en alza, por lo tanto se puede vender el proyecto.” (Gómez Diego, 2014)

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

Tasa interna de retorno (TIR).- Se toma en consideración el valor el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Su fórmula es:

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

Relación beneficio costo (B/C).- El indicador financiero 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 = Es indiferente realizar el proyecto
- B/C<1 Se debe rechazar el proyecto

Su fórmula es:

RBC= Ingresos Actualizados

Costos Actualizados

“Período de recuperación de capital (PRC).- Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original. Es una medida de la rapidez con que el proyecto rembolsara el desembolso original de capital” (Miranda Juan, 2014)

$$\text{PRC} = \frac{\text{Flujo neto- Inversión}}{\text{Flujo Neto (último año)}}$$

Análisis de la sensibilidad del proyecto.- Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

Para determinar la sensibilidad que pueda tener el proyecto, frente a la incertidumbre de los precios de los costos primos, gastos generales, de administración, ventas y financieros, es necesario calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y un aumento en los costos.

Para decidir sobre la implementación de un proyecto de inversión se debe considerar lo siguiente:

- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a la unidad el proyecto es indiferente.

- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a la unidad, el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad, el proyecto no es sensible, por lo tanto soporta el incremento a los costos y la disminución de los ingresos.

FORMULAS:

- ✓ DIFERENCIA DE TIR = TIR del proyecto - Nueva TIR
- ✓ PORCENTAJE DE VARIACIÓN = $(\text{Dif. Tir} / \text{Tir del Proy.}) * 100$
- ✓ SENSIBILIDAD = % Var./ Nueva Tir

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizaron los siguientes materiales, métodos y técnicas:

MATERIALES

Con la finalidad de efectuar el proceso investigativo de la forma más completa se tomó en consideración una serie de elementos, que facilitarán el desarrollo del estudio del proyecto, estos son:

- Computadora
- Calculadora
- Papel Bond A4
- Útiles de oficina (Esferográficos, borrador, lápiz, marcadores, cuadernos, minas)
- Material Bibliográfico (libros, revistas, periódicos)
- Impresora

Para el desarrollo del proyecto se empleó una serie de procedimientos lógicos, para la determinación de los objetivos de la investigación se tiene presente aspectos sobresalientes en lo referente a métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

MÉTODOS

Métodos

De acuerdo a los objetivos planteados en el desarrollo de la tesis se utilizaron los métodos y técnicas en recabar información en el proceso de la investigación.

Método Analítico

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Este método se aplicó al analizar las necesidades de los clientes del centro facial que ofrezcan facilidades a estos.

Método Inductivo

Este método permite analizar casos particulares a través de los cuales se extraerán conclusiones de carácter general del objeto de estudio.

A través de este método se recopiló información en el estudio de mercado, a través de las 356 encuestas que se les aplicaron a las ciudadanas de Macará, se determinó cual es la demanda y la oferta que hay en el mercado.

Método Deductivo

Es aquel que permite partir de verdades previamente establecidas como principio general para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así la validez del tema a investigar.

Permitió determinar el nivel de servicio que se presta en la ciudad de Macará, se realizó la encuesta, en la cual determinamos la demanda de posibles clientes que van a utilizar del servicio.

Método Estadístico

Se utilizó para sustentar información de los objetivos planteados del proyecto y de esta manera lograr contrarrestar la teoría científica con la empírica, además permitió realizar las tabulaciones y análisis estadísticos de la información recopilada en las técnicas de estudio aplicadas.

TÉCNICAS

Encuesta: Esta herramienta se aplica a los posibles clientes, de manera que se pueda obtener información con respecto de los gustos y preferencias respecto de los servicios que ofertaría la nueva empresa. (Ciudadanos de Macará) y de los centros de estética existentes en Macará.

PROYECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población estudiada para la presente investigación correspondió a las mujeres de la ciudad de Macará mayores de edad, que les gusta verse bien físicamente y estéticamente y que constituye la base de datos

Según el INEC la población de mujeres de Macará en el año 2010, dato que se aplica para la fórmula de proyección de la demanda para el año 2016,

con una tasa de crecimiento del PEA 0,80%, Obteniendo como resultado, 3108 mujeres serán el universo de estudio.

Formula: $Pf_{2016} = Pa (1 + i)^n$

$$= 3108(1+0.0080)^6$$

$$= 3260, 19$$

$Pf_{2016} = 3260$ mujeres de la ciudad de Macará

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la Muestra

N= 3260 Población Mujeres de Macará

e = 5% margen de error

$$n = \frac{3260}{1 + (0.05)^2 \cdot 3260} = 356,28$$

Tamaño de la muestra = 356 encuestas para aplicar

Las 356 encuestas se distribuirán en la ciudad de Macará de la siguiente manera.

DISTRIBUCION DE LAS ENCUESTAS**Tabla N° 2**

GRUPOS DE EDAD DE LAS MUJERES	HABITANTES %	ENCUESTADAS
15 a 30 años	35%	125
31 a 45 años	40%	142
46 y más	25%	72
TOTAL ENCUESTAS		356

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Marilú Gualán Oviedo

f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS POTENCIALES DEMANDANTES

PREGUNTA NO 1

¿Conoce usted los centros estéticos faciales?

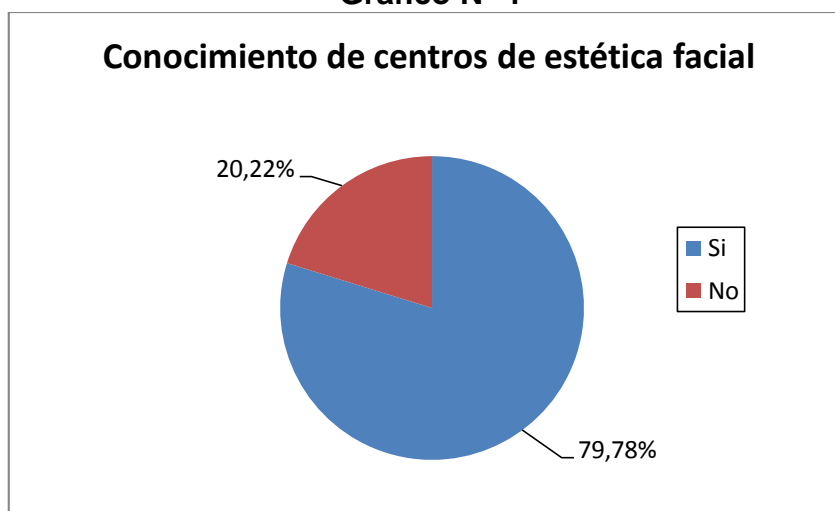
Cuadro N° 1

CONOCIMIENTO DE CENTROS DE ESTÉTICA FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	284	79,78
No	72	20,22
TOTAL	356	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 1



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de lo que es un centro de estética facial, se observa que el 79,21% de los encuestados responden que si conocen, el 20,79% no conocen. Lo que demuestra que los habitantes de la ciudad de Macará si tienen conocimiento de lo que es un centro de estética facial.

PREGUNTA NO 2

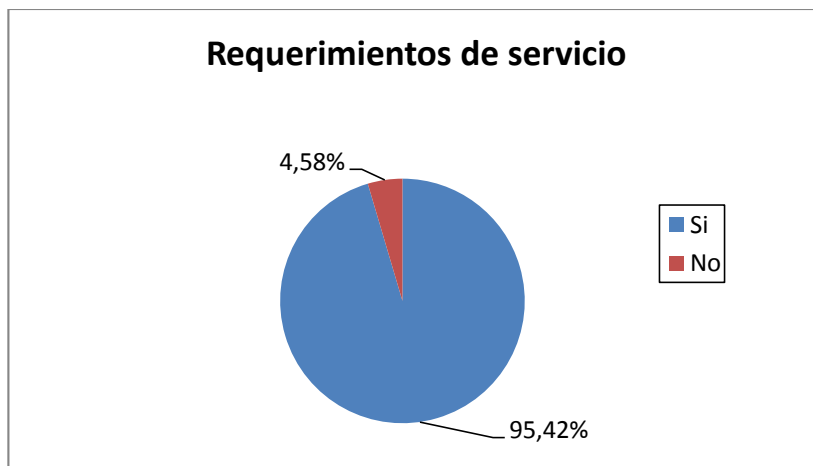
¿Ha requerido usted de los servicios de un centro estético facial?

Cuadro N° 2

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	271	95,42
No	13	4,58
TOTAL	284	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 2

Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre ha requerido servicios de un centro de estética facial, se observa que el 95,42% de los encuestados responden que si han requerido, el 4,58% responden que no. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará si han requerido servicios de una estética facial.

PREGUNTA NO 3

¿Por qué prefiere utilizar los servicios de un centro estético facial?

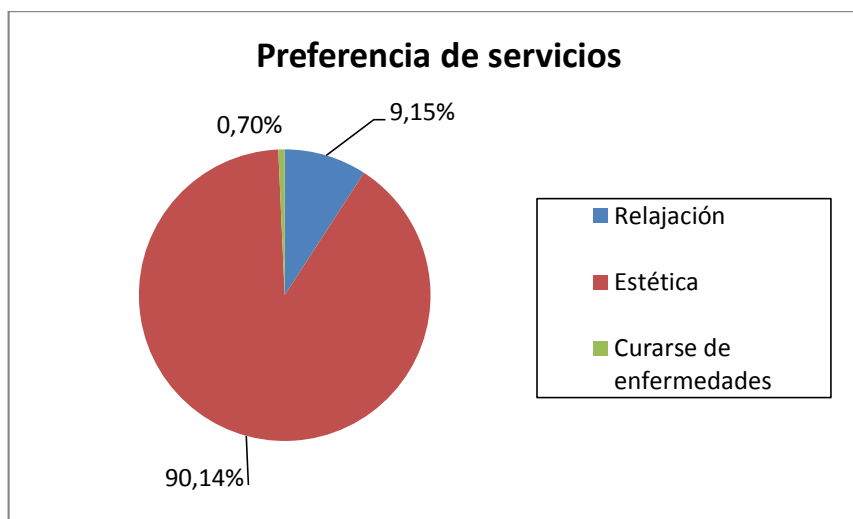
Cuadro N° 3

PREFERENCIA DE SERVICIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Relajación	26	9,15
Estética	256	90,14
Curarse de enfermedades	2	0,70
TOTAL	284	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 3



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre porque prefiere ir a un centro de estética facial, se observa que el 90,14% de los encuestados dicen que van por estética, el 9,15% por relajación, el 0,70% por curarse de enfermedades. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará acuden por estética.

PREGUNTA NO 4

¿Mensualmente, Cuántas veces ha requerido de los servicios de un centro estético facial?

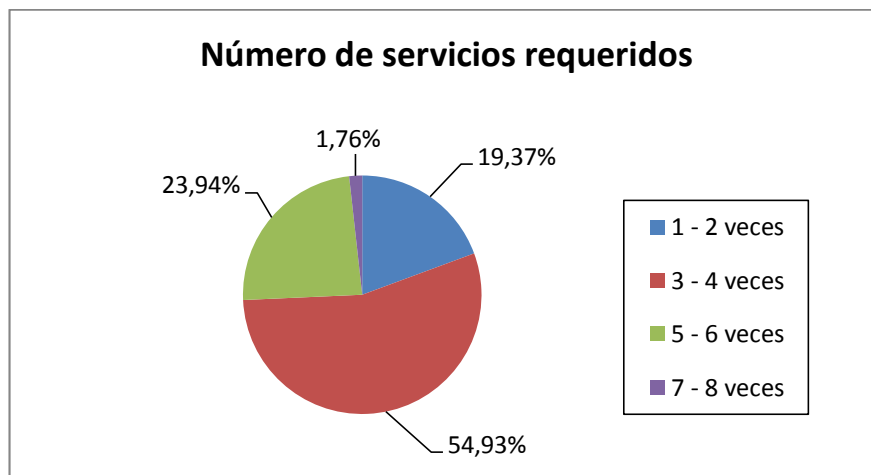
Cuadro N° 4

NÚMERO DE SERVICIOS REQUERIDOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 veces	55	19,37
3 - 4 veces	156	54,93
5 - 6 veces	68	23,94
7 - 8 veces	5	1,76
TOTAL	284	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 4



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta cuántas veces han recibido el servicio de un centro de estética facial, se observa que el 54,93% de los encuestados responden han acudido de 3 a 4 veces al mes, el 23,94% de 5 a 6 veces, el 19,37% de 1 a 2 veces, el 1,76% de 7 a 8 veces. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará acuden de 3 a 4 veces al mes.

PREGUNTA NO 5

¿Si se implementara en la ciudad de Macará un centro estético facial, estaría usted dispuesto(a) a utilizar los servicios del mismo, si le ofreciera calidad y precios bajos?

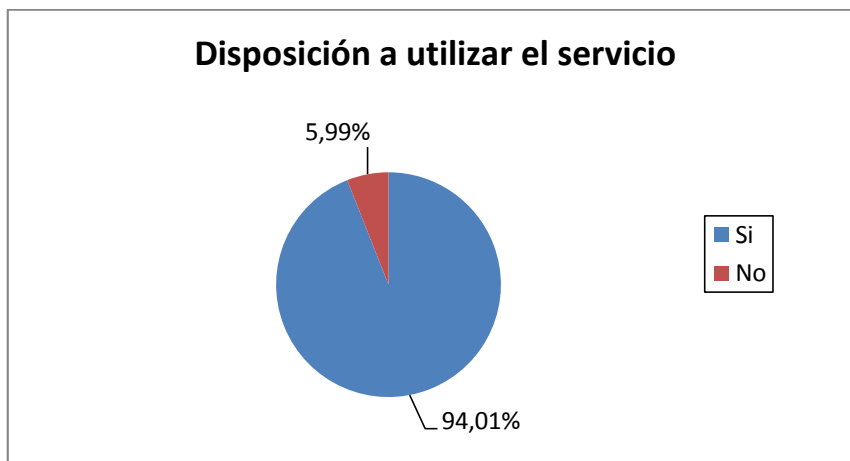
Cuadro N° 5

DISPOSICIÓN A UTILIZAR EL SERVICIO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	267	94,01
No	17	5,99
TOTAL	284	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 5



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta si estaría dispuesto a utilizar los servicios de la nueva empresa, se observa que el 94,01% de los encuestados responden que si estarían dispuestos a utilizar los servicios de una nueva empresa, el 5,99% responden que no. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará si estarían dispuesto a utilizar los servicios de la nueva empresa.

PREGUNTA NO 6

¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el nuevo centro estético facial?

Marque una opción.

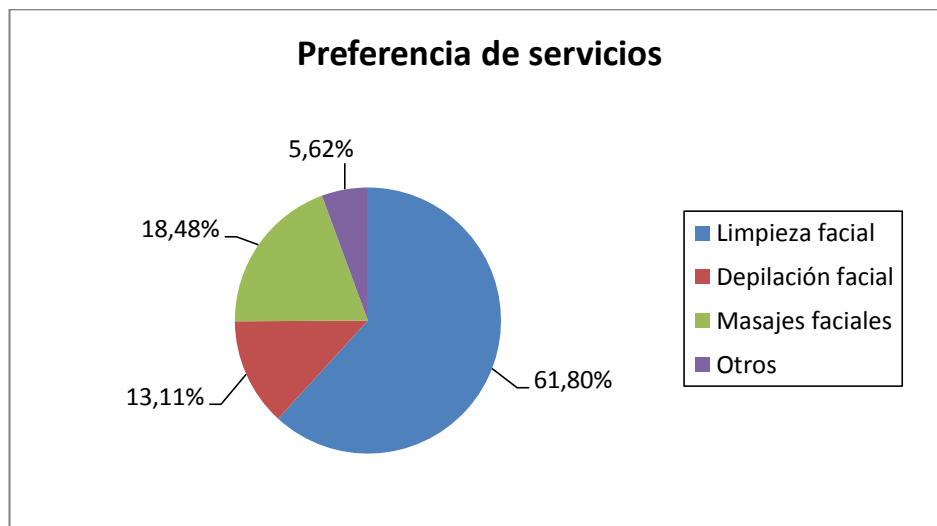
Cuadro N° 6

PREFERENCIA DE SERVICIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza facial	165	61,80
Depilación facial	35	13,11
Masajes faciales	52	19,48
Otros	15	5,62
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 6



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre que servicios que te gustaría que brinde la nueva empresa, se observa que el 61,80% de los encuestados responden les gustaría limpiezas faciales, el 18,48% masajes faciales, el 13,11% depilación facial, el 5,62% otros. Lo que demuestra que a la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará les gustaría que la nueva empresa les brinde limpiezas faciales, masajes faciales, depilaciones faciales.

PREGUNTA NO 7

¿Qué precios estaría Usted dispuesto a pagar los servicios de Estética Facial ofrecidos por el nuevo centro especializado?

Limpieza Facial

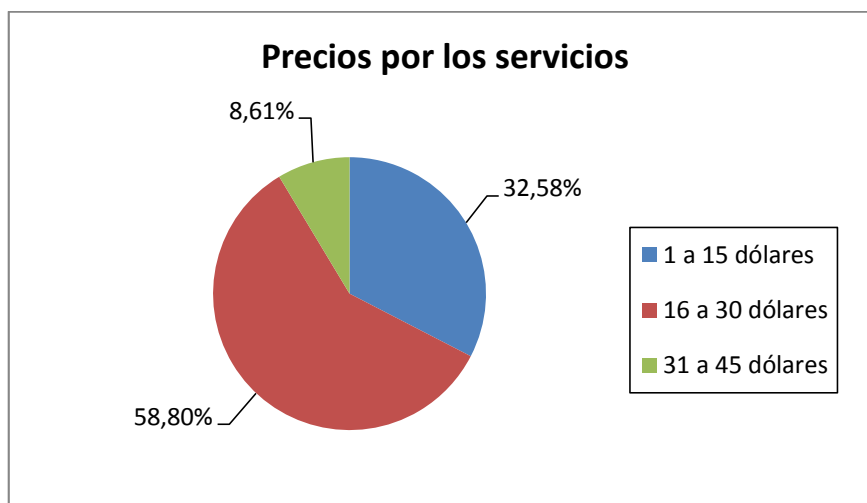
Cuadro N° 7

PRECIO POR LOS SERVICIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 15 dólares	87	32,58
16 a 30 dólares	157	58,80
31 a 45 dólares	23	8,61
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 7



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuanto pagaría por una limpieza facial, se observa que el 58,80% de los encuestados responden que pagarían de 16 a 30 dólares, el 32,58% de 1 a 15 dólares, el 8,61% de 31 a 45 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes estarían dispuestos a pagar de 16 a 30 dólares.

Depilación Facial

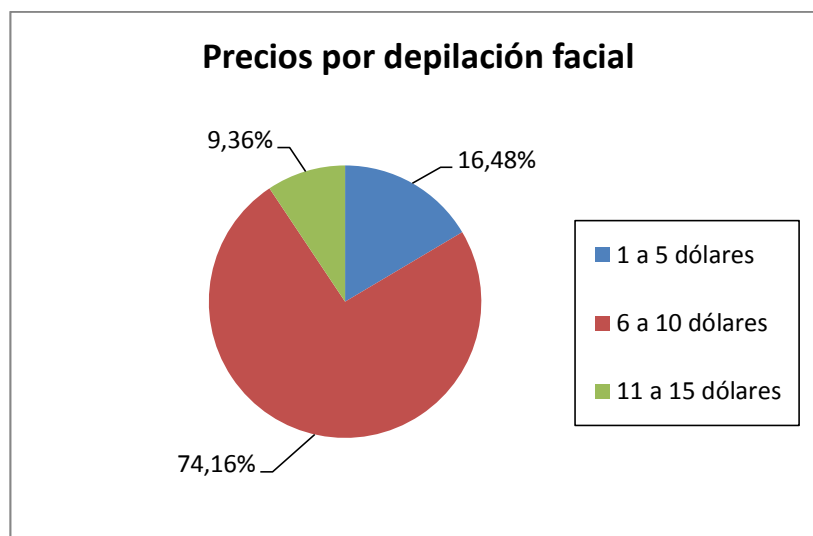
Cuadro N° 8

PRECIO POR DEPILACIÓN FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 dólares	44	16,48
6 a 10 dólares	198	74,16
11 a 15 dólares	25	9,36
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 8



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuanto pagaría por una depilación facial, se observa que el 74,16% de los encuestados responden que pagarían de 6 a 10 dólares, el 16,48% de 1 a 5 dólares, el 9,36% de 11 a 15 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes estarían dispuestos a pagar de 6 a 10 dólares.

Masaje Facial

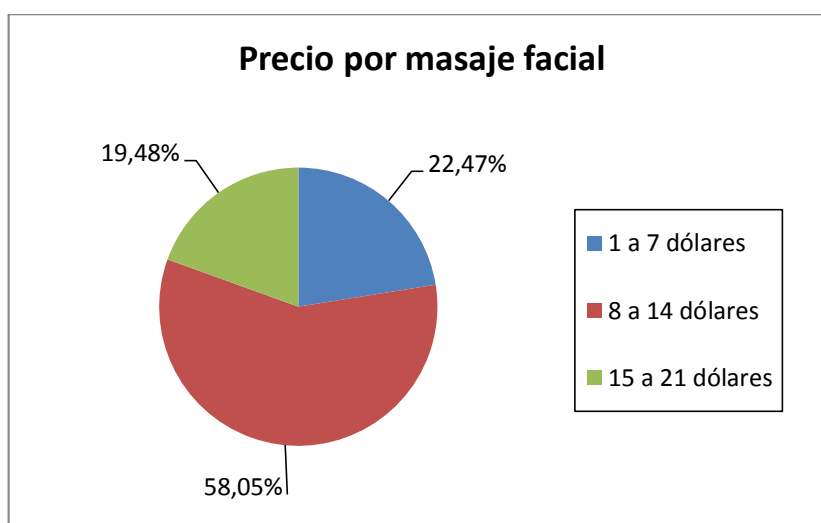
Cuadro N° 9

PRECIO POR MASAJE FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 7 dólares	60	22,47
8 a 14 dólares	155	58,05
15 a 21 dólares	52	19,48
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 9



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuanto pagaría por un masaje facial, se observa que el 58,05% de los encuestados responden que pagarían de 8 a 14 dólares, el 22,47% de 1 a 7 dólares, el 19,48% de 15 a 21 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de habitantes estarían dispuestos a pagar de 8 a 14 dólares.

PREGUNTA NO 8

¿En qué sector de la ciudad de Macará le gustaría que esté ubicado el nuevo centro estético facial?

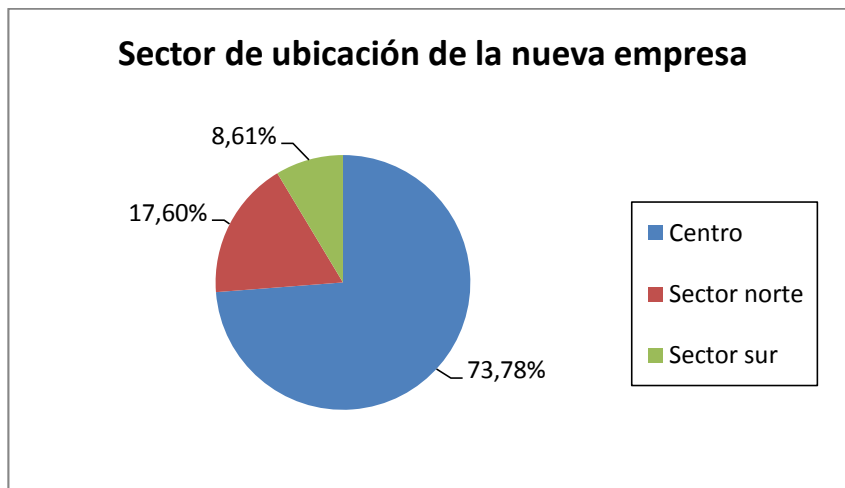
Cuadro N° 10

SECTOR DE UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro	197	73,78
Sector norte	47	17,60
Sector sur	23	8,61
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 10



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre el sector de ubicación de la nueva empresa, se observa que el 73,78% de los encuestados responden que les gustaría que se ubique en el centro de la ciudad de Macará, el 17,60% en el sector norte, el 8,61% en el sector sur. Lo que demuestra que los habitantes de la ciudad de Macará les gustaría que la empresa se ubique en el sector central de la ciudad.

PREGUNTA NO 9

¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer los beneficios de los servicios ofrecidos por el nuevo centro estético?

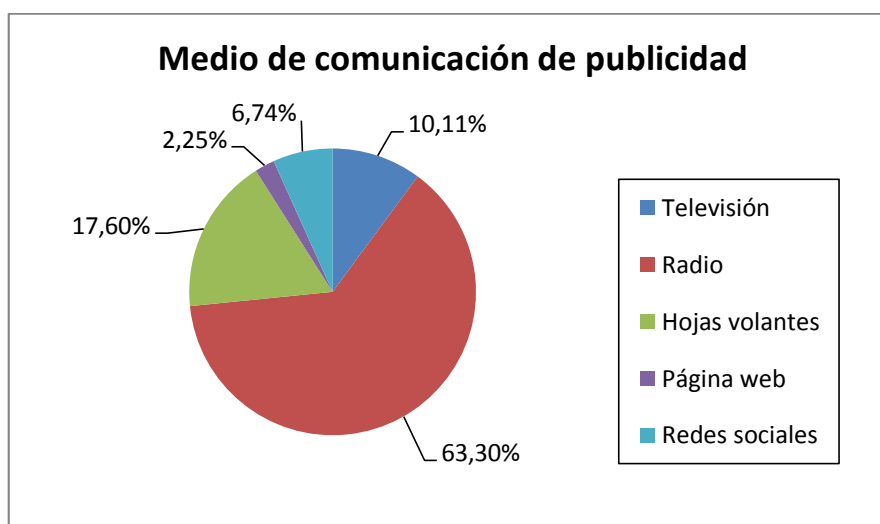
Cuadro N° 11

MEDIO DE COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	27	10,11
Radio	169	63,30
Hojas volantes	47	17,60
Página web	6	2,25
Redes sociales	18	6,74
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 11



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre que medio de comunicación le gustaría que la nueva empresa realice su publicidad, se observa que el 63,30% de los encuestados responden que les gustaría a través de la radio se difunda la publicidad, el 17,60% a través de hojas volantes, el 10,11% por televisión, el 6,74% a través de redes sociales, el 2,25% mediante página web. Lo que demuestra que a la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará les gustaría que la nueva empresa realice su publicidad por la radio.

PREGUNTA NO 10

¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría que el nuevo centro de estética facial ofrezca a sus clientes? Escoja una opción.

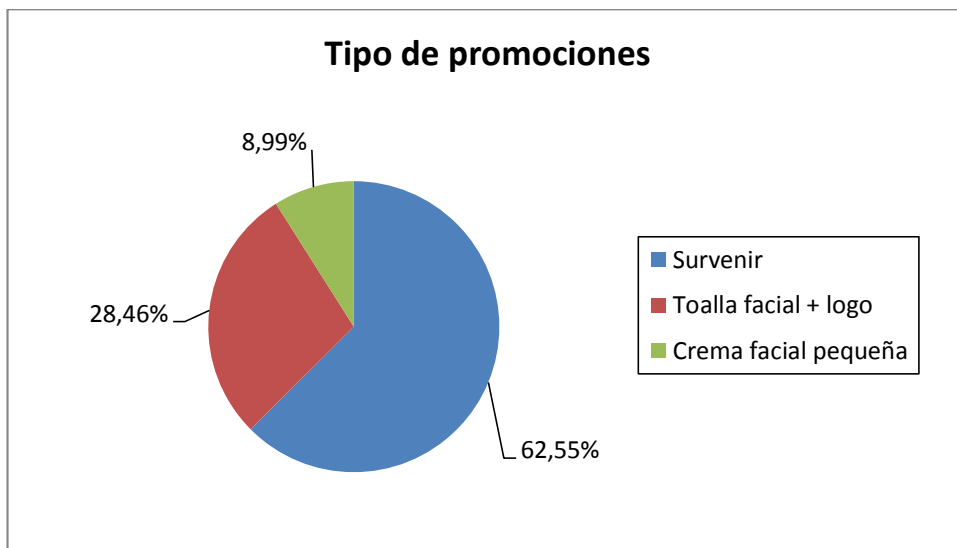
Cuadro N° 12

TIPO DE PROMOCIONES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Survenir	167	62,55
Toalla facial + logo	76	28,46
Crema facial pequeña	24	8,99
TOTAL	267	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes de la ciudad de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 12



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre que promoción le gustaría que la nueva empresa brinde, se observa que el 62,55% dicen survenir, el 28,46% toalla facial con logo, el 8,99% de los encuestados responden crema facial pequeña. Lo que demuestra que a la mayoría de habitantes de la ciudad de Macará les gustaría de promoción un survenir.

RESULTADO DE LA ENCUESTA PARA LOS CENTROS ESTÉTICOS FACIAL (OFERTA) DE LA CIUDAD DE MACARÁ

PREGUNTA NO 1

¿Qué servicios ofrece su centro estético facial a los clientes?

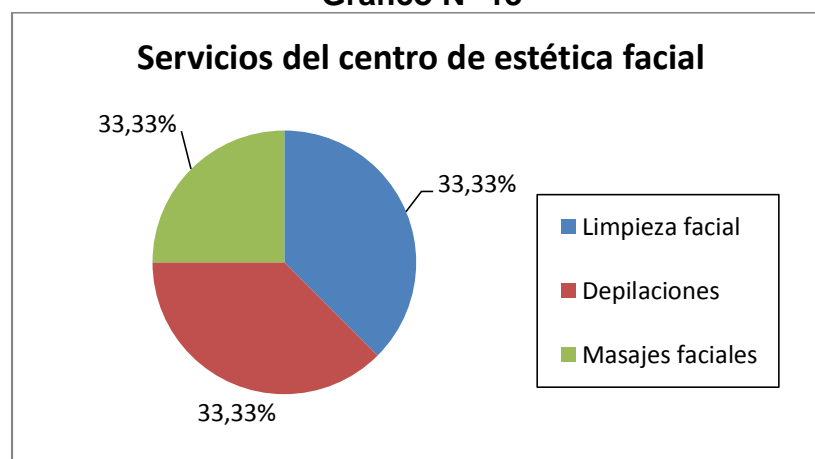
Cuadro N° 13

SERVICIOS DEL CENTRO DE ESTÉTICA FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza facial	1	33,33
Depilaciones	1	33,33
Masajes faciales	1	33,33
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 13



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre los servicios que ofrece su empresa, se observa que el 33,33% de los encuestados responden que son limpiezas faciales, el 33,33% masajes faciales, 33,33% depilaciones. Lo que demuestra que las empresas que prestan estos servicios se dividen en porcentajes iguales limpiezas faciales, depilaciones y masajes faciales.

PREGUNTA NO 2

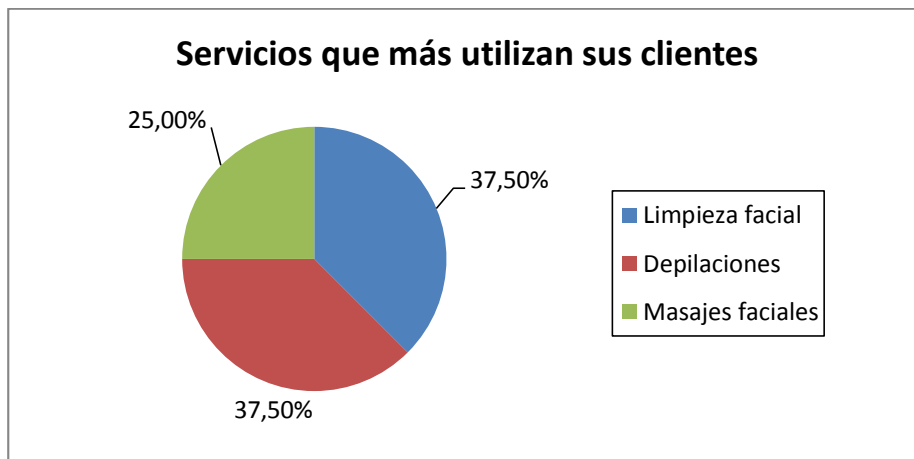
¿Qué servicios son los más utilizados por su clientela?

Cuadro N° 14

SERVICIOS MÁS UTILIZADOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza facial	3	37,50
Depilaciones	3	37,50
Masajes faciales	2	25,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 14

Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre que servicios son los más utilizados, se observa que el 37,50% de los encuestados responden limpiezas faciales, el 37,50% depilaciones, 25,00% masajes faciales. Lo que demuestra que los clientes de las empresas que prestan estos servicios se dividen en porcentajes iguales limpiezas faciales, depilaciones y masajes faciales.

PREGUNTA NO 3

¿Cuál es el valor que cobra por los servicios que ofrece su centro estético facial?

Limpieza facial

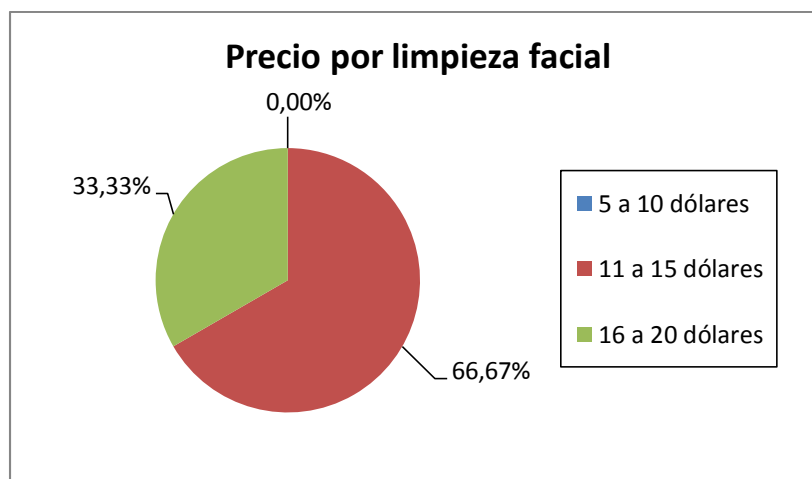
Cuadro N° 15

PRECIO POR LIMPIEZA FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10 dólares	0	0,00
11 a 15 dólares	2	66,67
16 a 20 dólares	1	33,33
TOTAL	3	66,67

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 15



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuál es el valor que pagaría por una limpieza facial, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que cobran de 11 a 15 dólares, el 33,33% de 16 a 20 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de empresas cobran de 11 a 15 dólares.

Depilación facial

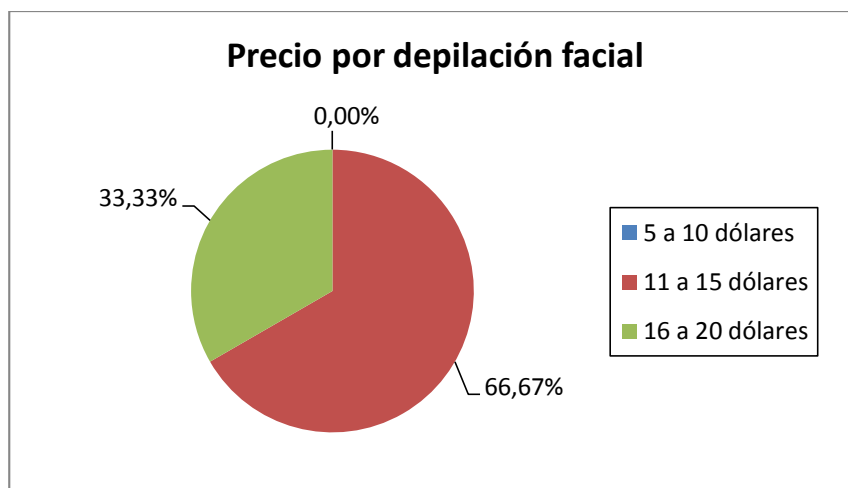
Cuadro N° 16

PRECIO POR DEPILACIÓN FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10 dólares	0	0,00
11 a 15 dólares	2	66,67
16 a 20 dólares	1	33,33
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 16



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuál es el valor que pagaría por una depilación facial, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que cobran de 11 a 15 dólares, el 33,33% de 16 a 20 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de empresas cobran de 11 a 15 dólares.

Masaje facial

Cuadro N° 17

PRECIO POR MASAJE FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10 dólares	0	0,00
11 a 15 dólares	3	100,00
16 a 20 dólares	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 17



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre cuál es el valor que pagaría por un masaje facial, se observa que el 100% de los encuestados responden que cobran de 11 a 15 dólares. Lo que demuestra que la mayoría de empresas cobran de 11 a 15 dólares.

PREGUNTA NO 4

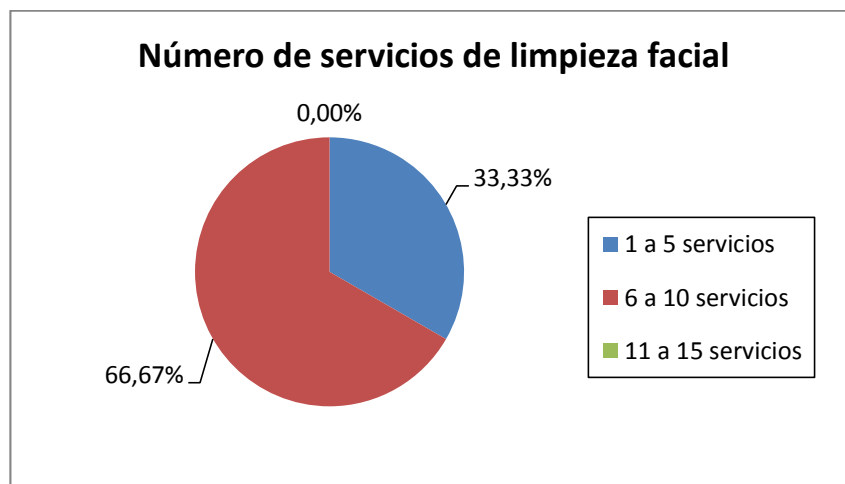
¿Qué cantidad de servicios de limpieza facial, depilaciones y masajes faciales atiende diariamente en su centro estético facial?

Limpieza facial**Cuadro N° 18**

NÚMERO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 servicios	1	33,33
6 a 10 servicios	2	66,67
11 a 15 servicios	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 18

Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre la cantidad de limpiezas faciales diarias que realiza su empresa, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que de 6 a 10 servicios, el 33,33% de 1 a 5 servicios. Lo que demuestra que las empresas que la mayoría es de 6 a 10 servicios de limpieza facial.

Depilación facial

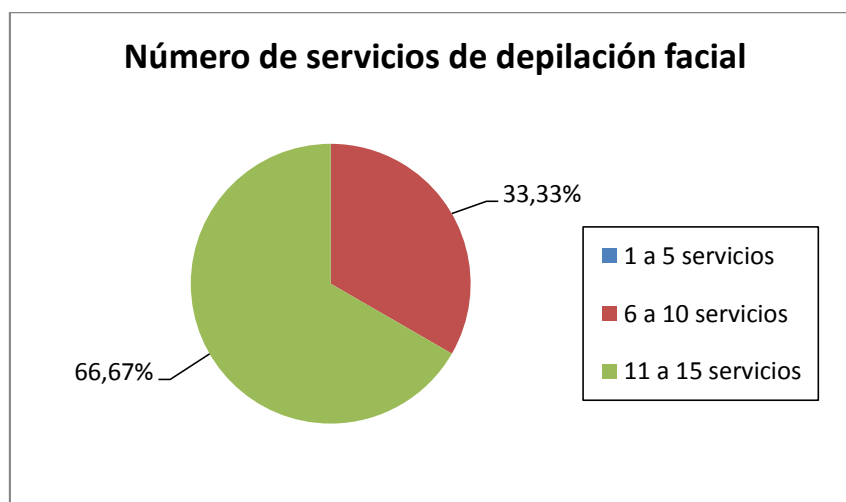
Cuadro N° 19

NÚMERO DE SERVICIOS DE DEPILACIÓN FACIAL		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 servicios	0	0,00
6 a 10 servicios	1	33,33
11 a 15 servicios	2	66,67
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 19



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre la cantidad de depilaciones faciales diarias que realiza su empresa, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que de 11 a 15 servicios, el 33,33% de 6 a 10 servicios. Lo que demuestra que las empresas que la mayoría es de 11 a 15 servicios de depilación facial

Masaje facial

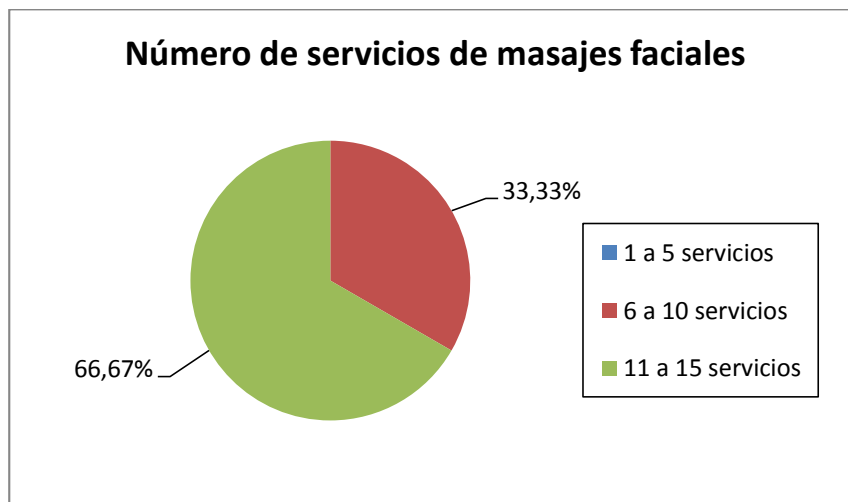
Cuadro N° 20

NÚMERO DE SERVICIOS DE MASAJES FACIALES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 servicios	0	0,00
6 a 10 servicios	1	33,33
11 a 15 servicios	2	66,67
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 20



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre la cantidad de masajes faciales diarias que realiza su empresa, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que de 11 a 15 servicios, el 33,33% de 6 a 10 servicios. Lo que demuestra que las empresas que la mayoría es de 11 a 15 servicios de masajes faciales.

PREGUNTA NO 5

¿Qué medios de comunicación utiliza para ofertar los servicios del centro estético facial?

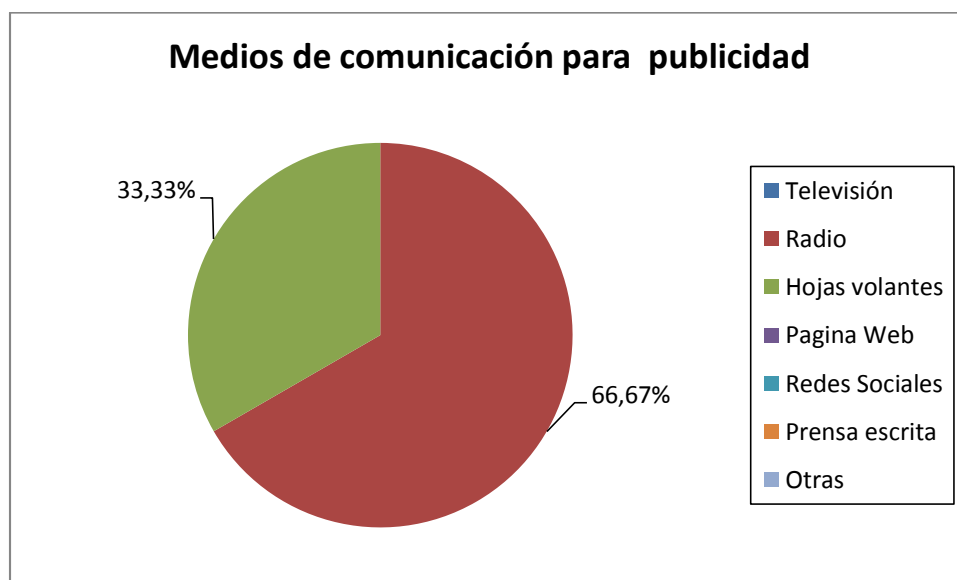
Cuadro N° 21

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	0	0,00
Radio	2	66,67
Hojas volantes	1	33,33
Pagina Web	0	0,00
Redes Sociales	0	0,00
Prensa escrita	0	0,00
Otras	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 21



Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre los medios de comunicación donde realiza la publicidad de su empresa, se observa que el 66,67% de los encuestados dicen que lo realizan mediante la radio, mientras que el 33,33% a través de hojas volantes. Lo que demuestra que las empresas que realizan su publicidad mediante la radio.

PREGUNTA NO 6

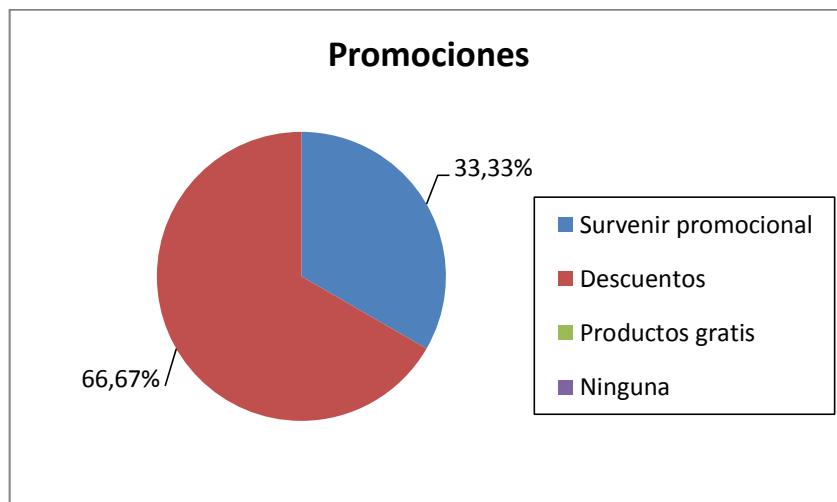
¿Qué promociones utiliza para ofertar sus servicios a los clientes?

Cuadro N° 22

PROMOCIONES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Survenir promocional	1	33,33
Descuentos	2	66,67
Productos gratis	0	0,00
Ninguna	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes de Macará.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 22

Interpretación y Análisis.- Con respecto a la pregunta sobre que promociones realiza su empresa, se observa que el 66,67% de los encuestados responden que hacen descuentos, el 33,33% survenir promocional. Lo que demuestra que la mayoría de empresas hacen descuentos.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ÁNALISIS DE DEMANDA

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las causas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto.

La demanda es función de una serie de factores, como son: la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingresos de la población y otros; por lo que en el estudio se tomará en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

DEMANDA POTENCIAL

Los clientes potenciales son aquellos que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. En definitiva, son clientes que hoy no consumen ese producto o servicio pero lo pueden llegar a consumir.

Para la determinación de la demanda potencial, se tomó como referente la información del INEC en el Censo del 2010; se consideró la tasa de crecimiento del 0,80%.

DEMANDA POTENCIAL

Cuadro N° 23

AÑOS	MUJERES DE LA CIUDAD DE MACARÁ	%	DEMANDA POTENCIAL
0	7771		
1	8217	79,78%	6556
2	8283	79,78%	6608
3	8349	79,78%	6661
4	8416	79,78%	6714
5	8483	79,78%	6768

Fuente: INEC – Censo 2010

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

DEMANDA REAL

La demanda real corresponde al número de servicios requeridos por la población, para determinar este valor, inicialmente definimos los demandantes reales, que en este caso los constituyen la población femenina de la ciudad de Macará que hacen uso de los servicios estéticos faciales, por lo que para determinar este valor tomamos como base la demanda potencial (cuadro 24) y el resultado de las encuestas, específicamente, el cuadro 2, con ello efectuamos el cálculo y lo expresamos en un cuadro estadístico, así:

DEMANDA REAL

Cuadro N° 24

AÑOS	DEMANDANTES POTENCIALES	% USAN CENTROS ESTÉTICOS	DEMANDANTES REALES
1	6556	95,42%	6256
2	6608		6305
3	6661		6356
4	6714		6406
5	6768		6458

Fuente: Cuadro N° 2 y N° 23.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Una vez determinados los demandantes reales, procedemos a determinar el promedio anual de servicios estéticos faciales requeridos por la población femenina de la ciudad de Macará, tomando como base la información del cuadro 4, así:

Demanda real en Servicios

Finalmente calculamos la demanda real en unidades multiplicando el promedio anual de servicios por el número de demandantes reales, tomando la información del cuadro 24 y 25, así:

Cuadro N° 25

Demanda real en servicios

AÑOS	DEMANDANTES REALES	PROMEDIO ANUAL	DEMANDA REAL DE SERVICIOS
1	6256	9	56304
2	6305		56745
3	6356		57204
4	6406		57654
5	6458		58122

Fuente: Cuadro N° 23 y N° 24.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Demanda Efectiva

La demanda efectiva está constituida por el número de servicios demandados por la población a la empresa que se está proponiendo crear, para obtener este valor tomamos como base la demanda real en unidades y el porcentaje de la PEA que harían uso de los servicios ofrecidos, y efectuamos el cálculo, así tenemos:

Cuadro N° 28

Demanda efectiva de servicios

AÑOS	DEMANDA REAL DE SERVICIOS	% PREFERENCIA NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA DE SERVICIOS
1	56304	90,45%	50927
2	56745		51326
3	57204		51741
4	57654		52148
5	58122		52571

Fuente: Cuadro N° 5 y N° 25.

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Uso promedio

Para obtener la Demanda Efectiva se tomó la información obtenida de la pregunta N°. 3, calculando de la siguiente manera.

Cuadro N° 29

¿Cuántas veces al año ha asistido a un centro de estética facial?	Frecuencia	Porcentaje	Xm	fxm
1 a 2	55	19,33%	1,5	82,5
3 a 4	156	54,93%	3,5	546
5 a 6	68	23,94%	5,5	374
7 a 8	5	7,76%	7,5	37,5
TOTAL	284	100%		1.040

Fuente: Cuadro N°. 4

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

$$Fxm = \frac{\sum fxm}{n} = \frac{1040}{284} = 3,66 = 4 \text{ veces al Año}$$

Luego para obtener la demanda efectiva se multiplicó la demanda real (50927) por la cantidad de servicio requerido al año (4 veces).

Cuadro N° 30

AÑO	DEMANDA REAL PROYECTADA	SERVICIOS REQUERIDOS AL AÑO	DEMANDA REAL ANUAL
0			
1	50927	4	203.708
2	51326	4	205.304
3	51741	4	206.964
4	52148	4	208.592
5	52571	4	210.284

Fuente: Cuadro N°. 4

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es muy importante determinar el número de servicios ofertados, ya que esto nos permitirá visualizar la competencia que va a tener la nueva empresa y la cabida que pueda o no tener sus servicios, para obtener esta información se utiliza la encuesta y para efectos de cálculo se utilizarán varias herramientas estadísticas, matemáticas y gráficas apoyadas en la investigación de campo.

En primer lugar, determinamos el número de ofertantes, para ello utilizamos la población de centros de estética facial que hay en la ciudad de Macará, que es de 3, dato proporcionado el INEC y la constatación directa, con esta información, aplicamos la encuesta y obtenemos el dato del número de servicios ofertados diariamente, multiplicamos por 30 y por 12 y obtenemos el valor anual, así:

Cuadro N° 31**Oferta de servicios**

OFERENTES	SERVICIOS POR DÍA	SERVICIOS POR MES	SERVICIOS POR AÑO
Corpus Bello	5	150	1800
Peluquería- gabinete de belleza y spa	6	180	2160
Terap y Relax	5	150	1800
TOTAL	16	480	5760

Fuente: Investigación directa a los oferentes

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Finalmente, con la tasa de crecimiento de la ciudad de Macará, proyectamos el número de servicios anuales para los 5 años de vida útil del proyecto, así:

Cuadro N° 32**Oferta proyectada de servicios**

AÑOS	OFERTA DE SERVICIOS
1	5760
2	5882
3	6007
4	6134
5	6264

Fuente: TC (2,12%) y cuadro 28 - 29

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

DEMANDA INSATISFECHA

Es fundamental para toda empresa conocer el número potencial de clientes y de ventas que pueda realizar, o ubicar la fracción del mercado que puede captar, para ello se debe efectuar una relación entre demanda y oferta, para ello se debe restar la demanda efectiva en unidades de la oferta en unidades, para lo cual tomamos como base los cuadros 28 y 30, así tenemos:

Cuadro N° 33

Demanda Insatisfecha de servicios

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE SERVICIOS	OFERTA DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIOS
1	50927	5760	45167
2	51326	5882	45444
3	51741	6007	45734
4	52148	6134	46014
5	52571	6264	46307

Fuente: Cuadro N° 26 y N° 27

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Luego de determinar la Demanda Insatisfecha y conocer con ello nuestro mercado potencial, es importante también definir algunas características especiales para atraer clientes a través de una correcta comercialización del producto ofrecido, para ello se debe definir lo siguiente:

Para realizar el plan de comercialización para el nuevo centro estético facial, se tomará en consideración los cuatro elementos del mercado que son producto, precio, plaza y promoción.

SERVICIO

El nuevo centro estético facial, ofrecerá al mercado de la ciudad de Macará los servicios de limpieza facial, depilaciones y masajes faciales, debido a que estos servicios tienen mayor demanda, información que se obtuvo de la encuesta a los oferentes, resultados expresados en el cuadro 6, nuestra clientela será atendida por profesionales los mismos que brindarán un

servicio de calidad; este centro estético facial tendrá un horario de atención de Martes a Sábado de 09h00 a 13h00 y de 16h00 a 20h00, debido a que la mayoría de centros estéticos faciales que prestan estos servicios atienden en este horario.

LIMPIEZA FACIAL

Gráfico N° 23

Servicio de limpieza facial



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

En el centro estético facial nuestras cosmetólogas ofrecerán la limpieza facial utilizando tonificadores para los diversos tipos de piel; se contratará personal femenino debido a que la mayoría de los clientes prefieren ser atendidos por mujeres.

se utilizará aceites aromáticos y especiales, con la finalidad de ayudar a rejuvenecer y reparar el tejido facial de nuestros clientes, previniendo así el envejecimiento, liberando la energía y la tensión bloqueada en los músculos faciales, y así obtener la satisfacción de los usuarios.

PRECIO

En cuanto a los precios por los servicios que ofertará el centro estético se establecerán en referencia a la competencia, el costo por una limpieza facial se encuentra en el mercado desde \$ 10,00 hasta \$ 15,00, por el servicio de depilaciones (cejas, y bigotes) desde \$ 6,00 hasta \$ 8,00 y por el servicio de masajes faciales desde \$ 4 hasta \$ 5 (Cuadros N° 15, N° 16 y N° 17), cabe indicar que al realizar la encuesta los demandantes prefieren los precios más bajos.

PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

El nuevo centro estético se denominará *“NATURAL FACE”* y se lo ubicará en el centro de la ciudad de Macará, cantón Macará, Provincia de Loja, porque los demandantes la prefieren en este lugar, según información obtenida de la encuesta a los demandantes (Cuadro N° 10).

La comercialización de los servicios de este centro estético facial será en forma directa esto quiere decir, del centro estético facial al cliente.

Gráfico N° 26
Canal de Distribución



Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para promocionar nuestro centro estético facial, se ofrecerá un survenir a nuestros doscientos primeros clientes, ya que los demandantes prefieren esta promoción, información obtenida de la encuesta a los demandantes (Cuadro N° 12).

El medio de comunicación que se utilizará para dar a conocer los servicios que brindará este nuevo centro estético facial será la radio, mediante cuñas radiales las mismas que saldrán 10 veces en el mes, por un año en una emisora de prestigio local, debido a que nuestros encuestados prefieren este espacio publicitario (Cuadro N° 11).

SLOGAN:

Gráfico N° 27

Mensaje publicitario

*CENTRO ESTÉTICO FACIAL
"NATURAL FACE"*



Ofrece: Limpieza facial, depilaciones y masajes faciales

Será atendido por: Cosmetólogas certificadas

Recuerda: Tu piel es de terciopelo ¡Cuidala!

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ESTUDIO TÉCNICO

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el Producto 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 producto terminado.

En el estudio técnico se analizará los siguientes aspectos:

- Tamaño del proyecto.
- Localización del proyecto.
- Distribución de la planta.
- Ingeniería del Proyecto

Tamaño del Proyecto

El tamaño de la empresa se lo determina en función de los resultados obtenidos en el estudio de mercado, en los análisis de la oferta y la demanda en especial en lo que respecta a la determinación de la demanda de los servicios en la ciudad de Macará. Además es donde se determina la capacidad de prestación de los diferentes servicios del centro durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificada para el proceso de producción y los servicios a brindar cada año. De esta manera vamos a realizar el respectivo análisis de la capacidad instalada.

Capacidad Instalada

La Capacidad Instalada es el total de servicios que podría prestar el Centro Estético Facial, utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso de prestación del servicio y el tiempo utilizado para las jornadas de trabajo.

De esta manera se considera que la capacidad instalada se dará por el tiempo de atención al público y la permanencia de cada cliente en el interior del Centro Estético Facial, para lo cual consideramos que en el local podrá atender simultáneamente a 3 personas en los diferentes servicios como: limpieza facial, depilaciones y masajes faciales y cada persona de acuerdo al servicio, se demoraría un tiempo promedio de 30 minutos, entonces tenemos que si se contabilizan 8 horas laborables, se podría atender a 112 clientes en forma diaria, considerando que la semana tiene 5 días laborables y el año 52 semanas, se podría atender a 29.120 clientes anuales, la proyección la indicamos en la siguiente tabla:

Cuadro N° 34
Capacidad Instalada

Capacidad de atención diaria (3 aux 2 clientes hora x 8 horas)	Tiempo promedio de atención de cada cliente	Días laborables a la semana	Semanas laborables al año	Total de clientes atendidos anual
48	30 minutos	5	52	12480

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

CAPACIDAD INSTALADA VS DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar el porcentaje de la capacidad instalada utilizaremos una regla de tres simple:

- Utilizando la Demanda Insatisfecha = 45167
- Capacidad Instalada del Centro Estético Facial = 12480

Cálculo

$$\begin{array}{rcl} 45167 & & 100\% \\ 12480 & & x \end{array}$$

$$= (12480/45167)100$$

$$= 27,63\%$$

Del análisis anterior y con la capacidad instalada del Centro Estético Facial, podemos inferir que la nueva empresa está en capacidad de cubrir el 27,63% de la demanda insatisfecha en el año base, así:

Cuadro N° 35

Demanda Insatisfecha vs Capacidad Instalada

Demanda Insatisfecha	% de participación en la Demanda Insatisfecha.	Capacidad Instalada
45167	23,63%	12480

Fuente: Cuadro N° 29 y N° 30

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada se da cuando una empresa que inicia sus actividades, no debería utilizar el 100% de su capacidad instalada, porque los factores que intervienen en el proceso de prestación de los servicios no alcanzan el total grado de confianza, por lo que hay necesidad de hacer frente a ciertos componentes que no permiten tener seguridad absoluta, tales como: acceso del producto al mercado, elección de intermediarios, ajuste del proceso de producción, adiestramiento de la fuerza laboral, elección de los canales de mercadeo, determinación del monto para difusión y propaganda.

Por ello, para la puesta en marcha del Centro Estético Facial, se tendrá en cuenta que del primer al tercer año se tendrá una prestación de servicios del 75%, con lo cual se tiene previsto incrementar este valor en un 5% cada año hasta llegar al año 5 con el 95%, por lo que se tiene previsto brindar 21.840 servicios estéticos faciales, en el primer año y 27.664 en el año 5. En el siguiente cuadro realizamos la respectiva proyección para 5 años:

Cuadro N° 36
Capacidad Utilizada

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	12480	75	9360
2	12480	80	9984
3	12480	85	10608
4	12480	90	11232
5	12480	95	11856

Fuente: Cuadro N° 31

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Luego de obtener la capacidad utilizada general del centro estético, pasamos a determinar dicha capacidad para cada servicio que se va a ofrecer, para ello hacemos uso de los porcentajes de preferencia de cada uno de ellos obtenidos en la encuesta, mismos que se expresan en el cuadro 6, así:

Cuadro N° 37
Capacidad Utilizada del servicio de limpieza facial

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	% PREFERENCIA POR LIMPIEZA FACIAL	CAPACIDAD UTILIZADA
1	9360	54,35%	5087
2	9984	54,35%	5426
3	10608	54,35%	5765
4	11232	54,35%	6105
5	11856	54,35%	6444

Fuente: Cuadro N° 6 y N° 36

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 38
Capacidad Utilizada del servicio de Depilación

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	% PREFERENCIA POR DEPILACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA
1	9360	24,53%	2296
2	9984	24,53%	2449
3	10608	24,53%	2602
4	11232	24,53%	2755
5	11856	24,53%	2908

Fuente: Cuadro N° 6 y No 33

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 39
Capacidad Utilizada del servicio de Masajes faciales

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	% PREFERENCIA POR MASAJES FACIALES	CAPACIDAD UTILIZADA
1	9360	16,46%	1541
2	9984	16,46%	1643
3	10608	16,46%	1746
4	11232	16,46%	1849
5	11856	16,46%	1951

Fuente: Cuadro N° 6 y No 33

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Macro-localización

La empresa tiene previsto ubicarse en el sector de la Parroquia Macará, ciudad de Macará: oficialmente denominado Barrio Central, es una de las ciudades más movimiento comercial por una ciudad de frontera.

El Centro de Estética Facial “Natural Face” se consideró una serie de factores para su macro localización.

Gráfico N° 28

MACRO-LOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Micro-localización

En la micro localización se va analizar varios factores que podría ser determinantes en el éxito o el fracaso de la empresa, de esta manera a continuación se revisará los diversos factores determinantes de cada una de las localizaciones, que permitan identificar las ventajas y desventajas que poseen cada una de ellas, para que el Centro Estético pueda brindar los diferentes servicios en forma eficiente.

Factores Determinantes para la Localización

- **Disponibilidad de materia Prima.-** La obtención de la materia prima para el centro estético, no reviste de importancia, por cuanto los pedidos de todos los insumos como cosméticos se los realizaría en forma mensual a un proveedor mayorista, de esta manera se podría abaratar sus costos.
- **Costos de Arriendo.-** Se ha considerado los costos del arriendo, los mismos que en la plaza de Macará son elevados, sin embargo por ser un lugar apartado del centro de la ciudad, los costos del arriendo del local, no debería ser muy altos, para que no incida en el presupuesto mensual.
- **Facilidad de acceso.-** El acceso que debe de tener el cliente es indispensable en este análisis, de esta manera se hace necesario que exista un fácil acceso y que exista el parqueo suficiente para los usuarios del centro.
- **Infraestructura y adecuación del local:** El local donde se ubicará el centro estético debe ser amplio y tener las adecuaciones necesarias

para la ubicación del equipo, maquinaria, y la implementación de los cinco servicios que va a ofrecer el centro estético.

- **Servicios Generales.-** La empresa se ubicará en el sector urbano de la ciudad de Macará, por lo tanto todas las opciones que se analizan deben de contar con los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma, esto es: energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet.
- **Disponibilidad de Mano de Obra.-** La mano de obra existente en el lugar es abundante, de esta manera todas las opciones que se analizan deben tener la misma probabilidad de tener mano.
- **Acceso a transporte.-** Es indispensable que el local se encuentre ubicadas a pocos pasos a las paradas de buses, de esta manera no se tiene inconvenientes en cuanto a la aproximación que realicen los clientes al local.
- **Comunicaciones.-** Las comunicaciones se encuentran en óptimas condiciones, en este aspecto no existe inconvenientes en la ciudad de Macará
- **Estados de Vías.-** Las vías de igual manera no tienen ningún inconveniente, todas están en buen estado, esto se da por ser vías que están próximas a carreteras de primer orden con un alto flujo vehicular
- **Clima Social.-** La ciudad de Macará se ha caracterizado por su atmosfera de paz, no existe actos delictivos ni bandas delincuenciales, sin embargo no se tomarán en cuenta los lugares considerados como

zonas rojas o de alto riesgo, sectores que puedan causar zozobra y pongan en peligro el fácil acercamiento de los clientes al centro estético.

Luego de haber revisado y analizado los factores determinantes para la ubicación del Centro Estético Facial, se consideró tres sectores plenamente definidos en la ciudad de Macará y que se encuentran disponibles en la actualidad, los mismos que fueron sometidos al análisis con la matriz ponderada correspondiente: **Lugar A.** Calles Catamayo y Juvenal Jaramillo. **Lugar B.** Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo y **Lugar C.** Calles Juan León Mera y Juan Arroyo.

En la elaboración de la matriz ponderada se dio valores cuantitativos a cada uno de los factores, según su grado de importancia, y de esta forma poder determinar cuál de las ubicaciones (A, B, o C) sería la más ideal para desarrollar el presente proyecto de inversión. Y establecido la comparación de los lugares A, B, y C, asignando el peso de 1 a 10 a cada uno de los factores o elementos que constan en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 40
Factores de localización

Factores micro localización	PESO	OPCIÓN A		OPCIÓN B		OPCIÓN C	
		Califica	Ponderación	Califica	Ponderación	Califica	Ponderación
Disponibilidad de materia prima	0,18	3	0,54	4	0,72	3	0,54
Costos del arriendo	0,18	3	0,54	4	0,72	4	0,72
Facilidad de Acceso	0,14	4	0,56	4	0,56	4	0,56
Infraestructura	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Servicios generales	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Disponibilidad de mano de obra	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Acceso a transporte	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Comunicaciones	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Estado de vías	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24
Clima social	0,02	4	0,08	4	0,08	4	0,08
TOTAL	1		3,34		3,7		3,52

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Luego del análisis respectivo en base a los factores de determinantes se infiere que el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa es la **Opción B**, el local ubicado en las calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo; debido a que el lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a mercados, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, comunicaciones y más factores en la matriz ponderada. A continuación realizamos la ubicación respectiva del lugar más conveniente en el croquis correspondiente del sector de central de la ciudad de Macará.

Gráfico N° 29:

MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física de la planta, así como conocer el personal a utilizar.

Procesos de Prestación de Servicios

Los procesos de prestación de servicios son los pasos necesarios para brindar un servicio de calidad, acorde a las exigencias del mercado, a fin de lograr la satisfacción del cliente. Aquí se conjuga la maquinaria, la materia prima y el recurso humano para realizar mencionados procesos.

Cabe indicar que los procesos de prestación de servicios deben quedar establecidos en forma clara de modo que permita a los trabajadores obtener prestar el servicio deseado con uso eficiente de los recursos necesarios. De esta manera a continuación vamos a exponer todos los procesos que el Centro debe cumplir para la prestación servicios:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL CENTRO ESTÉTICO FACIAL “NATURAL FACE”

Cliente separa o reserva el turno para el servicio

El cliente reserva el turno para el servicio que necesita, vía telefónica o personalmente en recepción, tiempo estimado de 1 minuto.

Aviso a la Cosmetóloga o especialista para la atención al cliente

La secretaria realiza el aviso a la cosmetóloga o especialista, que deberá atender al cliente en el servicio requerido, tiempo estimado 1 minuto.

Atención del cliente en la respectiva sala de servicios

El cliente ingresa a la sala de atención o consultorio previa invitación de la cosmetóloga o especialista, para el inicio del servicio o tratamiento.

Preparación de la Factura correspondiente

Luego de que el cliente recibe los servicios requeridos, sale de la sala e inmediatamente se dirige a secretaria, y se procede a elaborar la factura.

Entrega de Factura

Una vez que sea elaborada la factura, la secretaria entrega al cliente.

Cancelación del Servicio

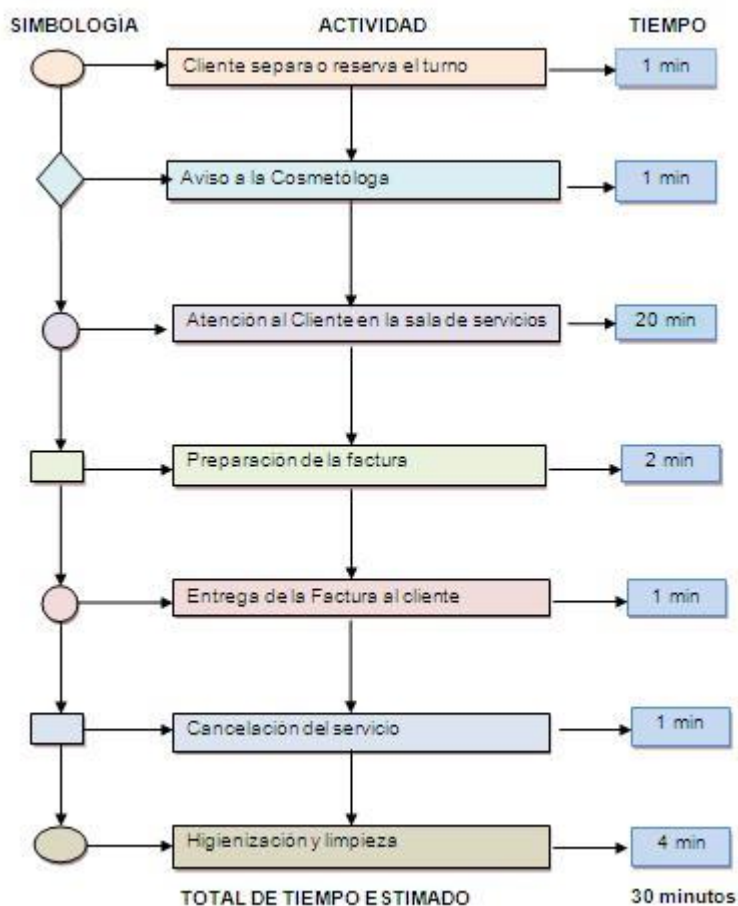
Luego de haber entregado la factura correspondiente, la secretaria recibe los valores a ser recaudados por concepto del servicio prestado.

Higienización de las herramientas

El proceso finaliza con la limpieza e higienización de todas las herramientas utilizadas en la atención al cliente.

Gráfico N° 30

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS



DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

La distribución física de un Centro de Estética Facial, es muy importante, en vista de que se necesita que los servicios que se van a ofrecer sean cómodos, así mismo en el área de atención al público debe estar distribuido

correctamente a fin de que los clientes se sientan a gusto y se les permita realizar todas las actividades con facilidad y confianza. A continuación enumeramos las áreas de espera, atención al cliente y administración.

Área de Espera

El área de espera contará con: zona de recepción, zona de descanso y baños para hombres y mujeres.

Área de Atención al Cliente

Zona de Limpieza Facial, Zona de Depilaciones, Zona Masajes Faciales, Zona de Vitaminización de la piel.

Área de Administración

Zona de recepción y secretaria, Zona de contabilidad, Zona de Bodega.

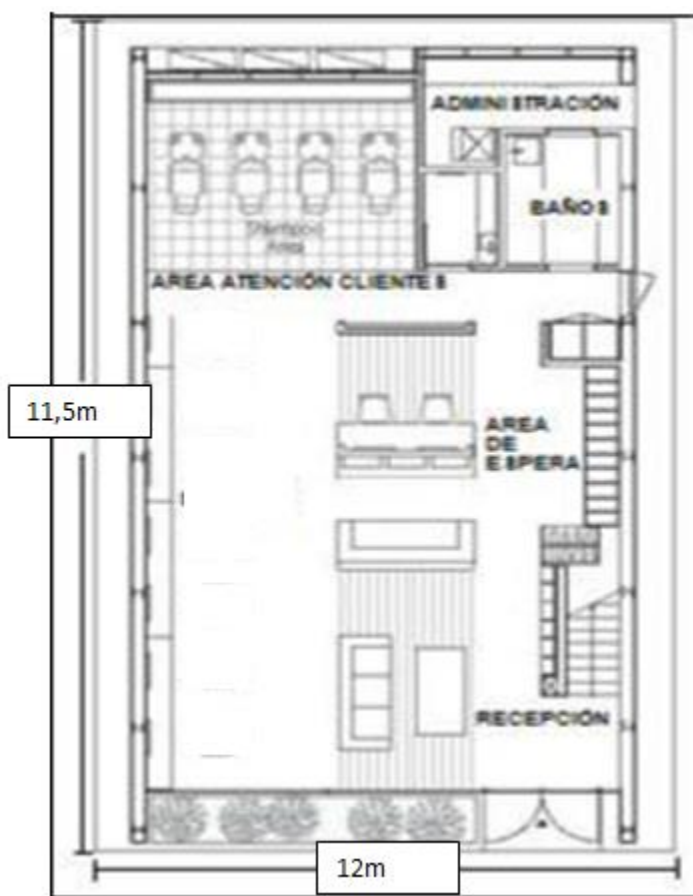
Cuadro N° 41
Distribución de la planta

Nro.	Áreas	Ml. Largo	Ml. Ancho	Total M ²
1	Administración	4	5	20
2	Espera	8	5	40
3	Atención al cliente	5	4	20
4	Recepción	4	5	20
5	Baños	4	3	12
6	Área verde e ingreso	2	12	22
TOTAL M² PLANTA				134

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 31

**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO ESTÉTICO FACIAL “NATURAL
FACE”**

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

El área total que dispone el local para la instalación del Centro Estético Facial “NATURAL FACE”, es de 12 m. de frente por 11,50 metros de fondo, con un total de 134 metros cuadrados, que incluye todas las áreas, a excepción del parqueadero de vehículos, que por estar el local al pie de la calle, y por ser un lugar de mínimo flujo vehicular, no existiría ningún problema que los vehículos de los clientes se estacionen al frente del centro.

EQUIPO Y UTENSILIOS A UTILIZARSE EN EL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL CENTRO ESTÉTICO FACIAL

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Gráfico N° 32

BIO BIO-1005 Ascensor (Rejuvenecimiento de la Piel / micro equipo de la belleza actual)



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Utilizado para el micro tratamiento facial, sin necesidad de realizar cirugía, contrarrestando los estragos del sol, el envejecimiento prematuro y los malos hábitos dietéticos, atenuando las líneas y arrugas, tonifica la piel y mejora la elasticidad, aumenta la circulación, y mejora la complexión de la piel; el tamaño es de 40,5 x 27,5x11 cm.

Gráfico N° 33

Calentador de Cera



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Utilizado para derretir cera en latas de depilación, entran latas de varios tamaños. Es muy resistente. Es de uso profesional en cosmética. Especificaciones: 1) Peso neto: 1,9 kg, 2) Peso bruto 2,6 kg, 3) Frecuencia: 50Hz / 60Hz 4) Tensión: 110 - 120V Embalaje externo: Dimensiones: 30 * 25 * 27 cm.

Gráfico N° 34

Calentador de Toallas



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Este calentador nos ayuda a reducir el trabajo ya que nos mantiene las toallas calientes y húmedas, sirven para tratamientos faciales, y corporales. Con una capacidad de dos docenas de toallas pequeñas, las mantiene en el interior con un control de temperatura alrededor de 80 °C.

Gráfico N° 35

Equipo 4 en 1 Micro Galvánica



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Contiene 4 funciones en un solo equipo. Alta Frecuencia.- Nos ayuda a cerrar los poros luego de una extracción. Micro galvánica.- Nos ayuda a que la piel pueda absorber los productos y así tener una excelente Hidratación. Spray.- Es un pomito donde ponemos el tónico para ser rociado de mejor manera a nuestro paciente en todo su rostro. Vacum Facial.- Nos ayuda hacer un pequeño drenaje en el área facial.

Gráfico N° 36
Fototerapia Dinámica



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Remueve pigmentaciones, vascularizaciones y acné, ayuda a recuperar piel dañada. Realiza el rejuvenecimiento de la piel, blanquea la piel, pigmentaciones remueve vascularizaciones, elimina el acné y ayuda a la recuperación en lesiones de la piel.

Gráfico N° 37
Esterilizador



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Modelo Compacto y resistente para esterilizar instrumentos de la cabina, usa bombillas de luz U.V., Rayos ultravioletas, Medidas del equipo: 41cm*26cm*28cm, Capacidad 6kg y Energía 110 V.

Gráfico N° 38
Vaporizador Facial



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Fácil de transportar, liviano, y de uso manual, hecho de plástico resistente, ayuda para abrir los poros de la piel del rostro cuando se inicia un tratamiento y suaviza la piel.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LAS HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS

Gráfico N° 39

Brocha para Mascarillas



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Brocha mascarilla facial abanico, cerda natural (1 pieza).

Gráfico N° 40

Esponjas Faciales



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Esponja cosmética: tamaño fino del poro para la absorción de agua y material ideal para la limpieza, con alta calidad, precio razonable y la gran posición crediticia.

Gráfico N° 41

Gafas Protectoras para Cosmetólogas



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Gafas de Plástico durables que sirven para proteger los ojos, son flexibles para mayor comodidad.

Gráfico N° 42

Gafas Protectoras para Clientes



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Lentes protectores para darle la debida protección a los clientes, cuando les realices tratamiento que puedan afectarle la vista a tus pacientes.

Gráfico N° 43

Mascarilla para Oxigenación



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Totalmente flexible, hecho en plástico, cómodo y sirve para esparcir oxígeno luego de realizar una dermoabrasión o luego de realizar los respectivos tratamientos faciales.

Gráfico N° 44

Papel Depilatorio



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: - Blanco: Papel de cera depilatorio de alta densidad.

Presentación Disponible: Tamaño: Largo: 20 cm. Ancho: 7 cm.

Gráfico N° 45

Rodillo con micro-agujas



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Lo más importante es el efecto, se trata de una tecnología de cuidado de la piel que es innovador anti-envejecimiento para estimular la hiperplasia colágeno. El sistema del Micro-agujas estimula el crecimiento del colágeno sin dañar la epidermis de la piel. El tratamiento es rápido y eficiente.

Gráfico N° 46

Velo de Collagen Essence Mask



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Mascarilla con esencia de colágeno, contiene Phyto Colágeno, incrementa la elasticidad de la piel, y es anti-envejecimiento. Contiene Vitamina E y extracto de Té Verde. Es hidratante e iluminante. Estos velos son Pre-humedecidas y separados en dos partes: Superior e inferior de la cara.

Gráfico N° 47

Velo de Oro Anti-envejecimiento



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Esta mascara de Oro realiza un estiramiento de la piel con efecto duradero y remueve fácilmente las toxinas que son las causantes del envejecimiento. Este tratamiento de Oro deja la piel iluminada y rejuvenecida suavizando las líneas de expresión, y mantiene la piel radiante.

MOBILIARIO DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Gráfico N° 48

Cama Facial Plegable



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: La cama facial plegable es muy cómoda en cuanto a la forma especial de diseño de almohada, la calidad es perfecta se puede plegar y mover muy fácilmente de acuerdo a sus necesidades. Peso neto 25 kg. Tamaño de embalaje: 107*38*61.

Gráfico N° 49

Silla para masaje facial



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Con esta silla con función de masaje, mejora su bienestar y sus ofertas, para destacarse de sus competidores.

- Diseñada en Italia
- Función de masaje Shiatsu integrada
- Regulación eléctrica del reposapiés
- Tapizada con una funda robusta
- Equipada con una lava cabeza
- Estructura de fibra de vidrio

Medidas:

- Ancho: 068 cm
- Profundidad: 150 cm
- Altura de la estructura: 103 cm
- Peso: 095 kg

Gráfico N° 50

Mesa de Tres Niveles para Cabina



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: La mesa, contiene una repisa para cabinas de facial, con base para apoyar bandejas con agua, ideal para almacenamiento de equipos e instrumentos varios, es fabricado en acero inoxidable, contiene tres repisas de madera con respaldo de metal y ruedas, peso neto 13 kg y las dimensiones son: 80 x 16 x 41 cm.

Gráfico N° 51

Taburete Hidráulico



Fuente: Euro estética importadora
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Características: Este taburete cuenta con una base de cromo plateado, con cinco ruedas silenciosas, cojín de 3 pulgadas de espesor, y la trama múltiple con opciones de color; muy fácil de subir y bajar por lo que es hidráulico. Altura ajustable de 18,5" a 23,5", asiento diámetro de 15,5".

RECURSOS NECESARIOS PARA EL CENTRO ESTÉTICO

Cuadro N° 42
EQUIPOS

Denominación	Características técnicas	Cantidad
BIO BIO-1005 Ascensor	El tamaño es de 40.5 cm. x 27.5 cm.x 11 cm.	2
Calentador de cera	Peso neto: 1.9Kg; Peso bruto 2,6 Kg. Frecuencia: 50Hz/60Hz 4, Tensión: 110V – 120 V. Embalaje externo: Dimensiones: 30 cm. x 25 cm. x 27 cm.	2
Calentador de toallas	Con una capacidad de dos docenas de toallas pequeñas, las mantiene en el interior con un control de temperatura alrededor de 80°C.	1
Equipo 4 en 1 micro-Galvánica	Contiene 4 funciones en un solo equipo Alta frecuencia, Micro-Galvánica, spray y Vacum Facial	2
Fototerapia Dinámica	Remueve pigmentaciones, vascularizaciones y acné, ayuda a recuperar piel dañada.	2
Esterilizador	Medidas del equipo: 41 cm x 26 cm x28 cm. Capacidad 6 Kg y energía 110 V.	2
Vaporizador facial	Fácil de transportar, liviano y de uso manual, hecho de plástico resistente.	2

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 43**HERRAMIENTAS**

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Brocha para mascarilla	Cerda natural (1 pieza).	12
Esponja facial	Tamaño fino del poro para la absorción de agua y material ideal para la limpieza.	84
Gafas protectoras para cosmetólogas	De plástico durables y flexibles.	4
Gafas protectoras para clientes	De plástico durables y flexibles.	24
Mascarilla para oxigenación	Totalmente flexible, hecho en plástico.	5
Papel depilatorio	Color blanco, Tamaño: largo 20 cm. y de ancho: 7 cm.	4964
Rodillo con micro-agujas	El sistema del micro-agujas estimula el crecimiento del colágeno sin dañar la epidermis.	5
Guantes de lufa o de crin	Para protección de las manos	48

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro No 44

MOBILIARIO DE OFICINA

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Escritorio de madera	Escritorio Semi-ejecutivo, de madera, color café, con 6 servicios.	2
Archivador metálico	Archivador metálico con compartimientos individuales, color plomo y archivador de carpetas.	2
Sillones de escritorio	Semi-ejecutivos, giratorios con asiento y respaldo de polímero termoplástico, diseño ergonómico, ajuste de altura.	1
Sillones individuales para espera	De cuero para espera de los clientes	5
Sillón de tres personar para recepción	De cuero para espera de los clientes	1
Cama facial plegable	Peso neto 25 Kg. Tamaño de embalaje 107 x 38 x 61 cm.	7
Sillas para masaje facial	Ancho: 68 cm. Profundidad: 150 cm. Altura de Estructura: 103 cm. Peso: 95Kg.	4
Mesa de tres niveles para cabina	De acero inoxidable, contiene tres repisas de madera con respaldo de metal y ruedas, peso neto 13 Kg y las dimensiones son: 80 x 16 x 41 cm.	3
Taburete hidráulico	Altura ajustable de 18,5" a 23,5", asiento diámetro de 15,5"	7
Stand metálico para guardar materia prima	De 150 x 180 cm. Con repisas	1

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

**Cuadro N° 45
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Computadora	CORE i3, 32 GHZ; Disco duro 500 GB SATA, memoria 2 GB DR#, teclado y parlantes multimedia speaker, mouse óptico PS/2, DVD +/-RW, lector de memorias y monitor LED 16.	2
Impresora	CANON PIXMA, Calidad de impresión, escaneado y copia de documentos de gran velocidad, calidad, con puerto ETHERNET, 4 depósitos de tintas, Escáner de 4800p.	2
Regulador de voltaje	Regulador de voltaje para ser utilizado en el equipo de computación, previene posibles daños ante inestabilidad de corriente eléctrica.	2

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

**Cuadro N° 46
EQUIPO DE OFICINA**

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Teléfono SAMSUNG	Pantalla de 3 líneas y 24 caracteres, 24 teclas programables, altavoz, Jack de 25 mm.	3

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

**Cuadro N° 47
MATERIAL DE OFICINA**

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Resmas de papel bond	Tamaño A4, gruesas (2 por mes)	24
Tinta para impresora	Frasco de tinta negra, color rojo, azul y amarillo (2 negros por mes y 1 de color rojo, azul y amarillo por mes)	60
Esferográficos	Color azul y negro	24
Marcadores	Marcadores color negro	12
Factureros	Se utilizará 2 mensuales	24
Carpetas archivadoras de documentos	De cartón (5 por mes)	60

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 48
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LIMPIEZA FACIAL

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Jabón neutro	Para limpieza facial (para 30 limpiezas)	331
Crema limpiadora	Para limpieza facial (para 30 limpiezas)	331
Loción astringente	Para limpieza facial (para 30 limpiezas)	331
Loción exfoliante	Para limpieza facial (para 30 limpiezas)	331
Crema hidratante	Para limpieza facial (para 30 limpiezas)	331
Velo de collagen Essence Mask	Mascarilla con esencia de colágeno, contiene Phyto Colágeno, incrementa la elasticidad de la piel y es antienvjecimiento.	4964
Velo de Oro Anti- envejecimiento	Este tratamiento de Oro deja la piel iluminada y rejuvenecida suavizando las líneas de expresión y mantiene la piel radiante.	4964

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 49
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA DEPILACIÓN

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Cera depiladora	Para depilación (para 10 depilaciones)	496
Loción limpiadora	Para depilación (para 30 depilaciones)	165
Bastoncillos de algodón	Para depilación (una caja para 20 depilaciones)	248
Algodones	Para depilación (una funda para 30 depilaciones)	165

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 50
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Aceite de Rosa de Mosquera	Para masaje facial (para 20 masajes)	347
Aceite de Oliva	Para masaje facial (para 20 masajes)	347
Aceite de manzanilla	Para masaje facial (para 20 masajes)	347

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Cuadro N° 51**TALENTO HUMANO**

Denominación	Características técnicas	Cantidad
Mano de obra directa	Cosmetóloga	1
Mano de obra indirecta	Auxiliares cosmetólogas	4
Administración	Gerente	1
	Secretaria Contadora	1

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo, nos dará información que nos permita identificar las necesidades administrativas de nuestro proyecto; como son área de planeación, personal, licitaciones, permisos, adquisiciones, base legal, entre otras.

ESTRUCTURA LEGAL**CONSTITUCIÓN DEL CENTRO ESTÉTICO FACIAL “NATURAL FACE”
CIA LTDA.**

Para la constitución de ésta micro empresa, es necesario sujetarse a diferentes disposiciones legales que exige el estado ecuatoriano y la Superintendencia de Compañías; en el presente proyecto la constitución de la empresa será limitada.

Requisitos y trámites para constitución de empresas de responsabilidad limitada:

El nombre: esta clase de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación: se enviará 3 copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjunto una solicitud por un abogado requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Número mínimo y máximo de socios: la compañía se constituirá con un mínimo de 2 socios y un máximo de 15, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía.

NATURAL FACE La conforman 3 socios.

Capital mínimo: La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

El capital mínimo con el que se constituirá la empresa son \$ 20.523,49, al ser 3 socios; cada uno aportará con \$ 6.841,16.

Objeto social: los servicios de estética facial.

**MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS DE
RESPONSABILIDAD**

LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen En el otorgamiento de esta escritura la Sra. Luz María Aguirre Aguirre, mayor de edad, vecina de esta ciudad, identificado con cédula de ciudadanía 1104720931 expedida en la ciudad de Loja, de estado civil casado, de nacionalidad ecuatoriano; la Sra. Carmen del Rocío Gálvez Loján, mayor de edad, vecina de esta ciudad, identificada con cédula de ciudadanía 1102072186 expedida en la ciudad de Loja, de estado civil casada, de nacionalidad ecuatoriana; y la Sra. Antonieta Maribel Córdova Azanza, mayor de edad, vecina de esta ciudad, identificada con cédula de ciudadanía 1103106769 expedida en la ciudad de Loja, de estado civil casada, de nacionalidad ecuatoriana; manifestaron su voluntad de asociarse y constituirse en una sociedad limitada con el nombre de “NATURAL FACE” Limitada que tendrá como objeto social, los servicios de estética facial.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es “NATURAL FACE”

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es el cantón Macará. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en la prestación de servicios de estética facial.

En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de \$ 21.019,41, dividido en tres partes de \$ 7.006,47 por cada socio; participaciones sociales de \$1.000,00 de valor nominal cada una.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de

más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período 1 año, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 14º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º, 103 ó 104, o uno y otro de estos dos últimos, según el caso. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Cuadro N° 52

CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO

NRO.	NOMBRE DE ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO (50% DE C/ACCIÓN)	CAPITAL X PAGAR (EN 2 AÑOS MÁXIMO)	NRO DE ACCINES	CAPITAL TOTAL
1	Luz Aguirre	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
2	Carmen Gálvez	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
3	Antonieta Córdova	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
TOTAL		\$ 21.019,41	\$ 10.509,71	\$ 10.509,71	21,02	\$ 21.019,41

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12º y 13º del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora) Luz María Aguirre Aguirre y como gerente de la misma al (o a la) señor (o señora) Carmen del Rocío Gálvez Loján, respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor Luis Antonio Carrión Gómez para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Se nombra como secretario de la junta al señor José Antonio Pérez Aguilar, por decisión unánime de la junta de socios.

Se levanta la sesión siendo las 11:00 a.m., se elabora esta acta aprobada y firmada como señal de aceptación por todos los asistentes.

LUZ MARÍA AGUIRRE AGUIRRE

C.C. 1104720931

CARMEN DEL ROCÍO GÁLVEZ LOJÁN

C.C. 1102072186

“NATURAL FACE” CÍA. LTDA.

ESTRATEGIA CORPORATIVA

Misión: “NATURAL FACE” CÍA. LTDA. Es una empresa que proporciona soluciones integrales y de calidad en tratamientos faciales, con productos naturales y efectivos para el rejuvenecimiento, hidratación y mejoramiento de la piel facial.

Visión: Ser el Centro de Estética Facial líder y preferido en el mercado de la ciudad de Macará.

Valores:

- Trabajo
- Calidad
- Compromiso
- Honradez
- Lealtad
- Disciplina

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. Existen en la presente los siguientes niveles administrativos.

a) NIVEL LEGISLATIVO

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas.

a) NIVEL DIRECTIVO

Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad más no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

c) NIVEL ASESOR

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

d) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

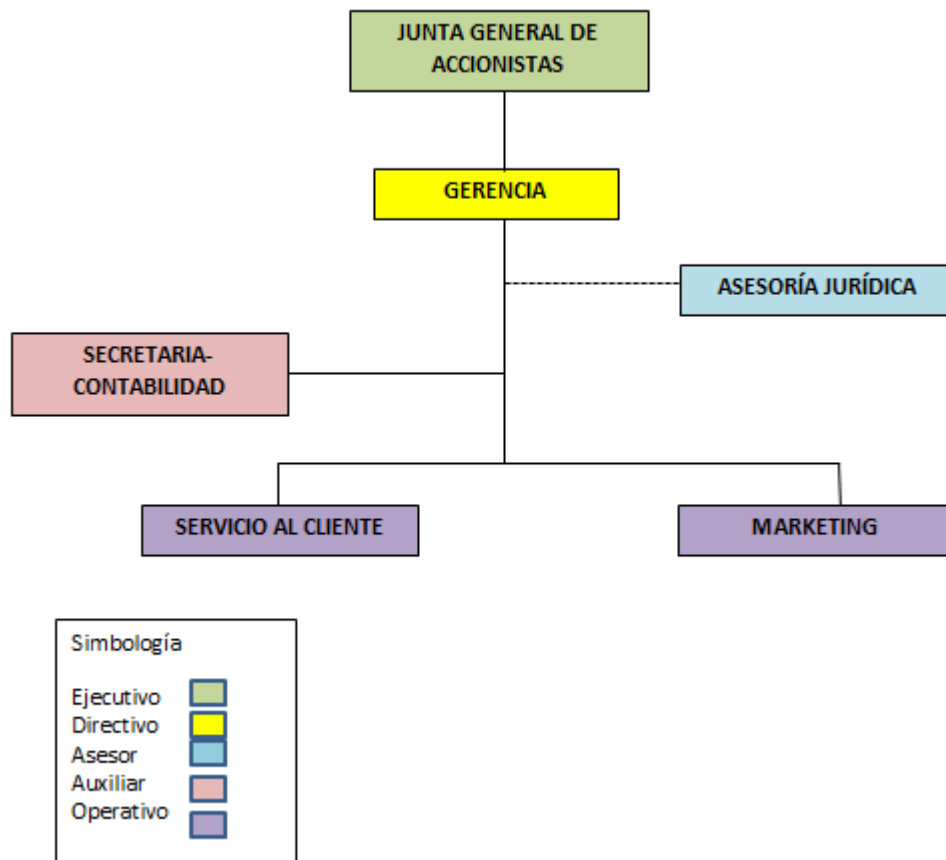
e) NIVEL OPERATIVO

El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos, puestos de trabajo de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Gráfico N° 52

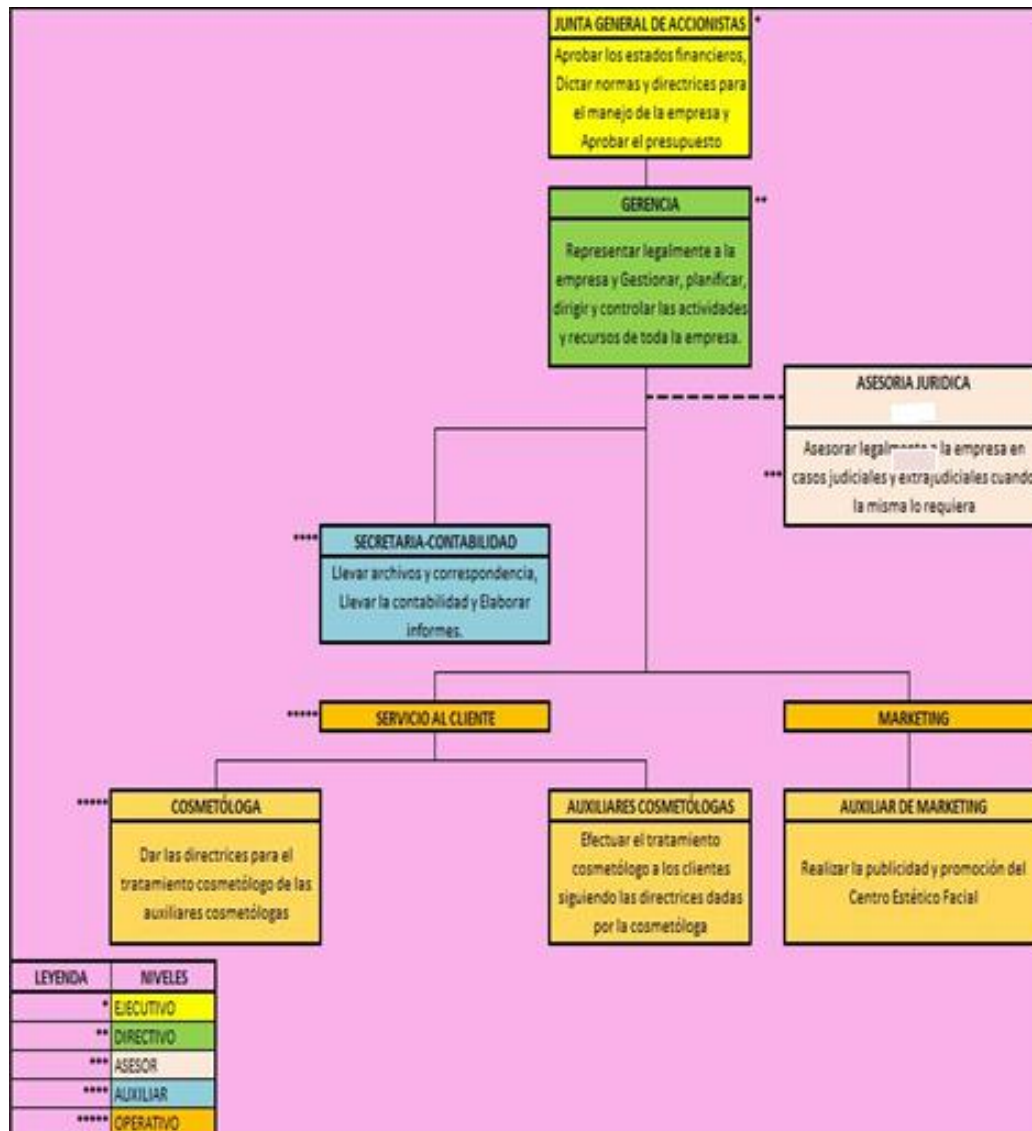
Organigrama Estructural del Centro Estético “NATURAL FACE” CIA. LTDA.

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Gráfico N° 53

Organigrama Funcional del Centro Estético “NATURAL FACE” CIA. LTDA.



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

MANUAL DE FUNCIONES

PROPUESTA DEL MANUAL DE FUNCIONES

El **Manual de Funciones**, es un documento sistemático que nos permite describir las funciones específicas a nivel de cargo o puesto de trabajo desarrollándolas a partir de la estructura orgánica y funciones generales establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones.

Objetivo General

- Facilitar el control y la mejora del desempeño del personal que labora en la empresa mediante la presente propuesta.


Objetivos Específicos


- Contribuir con un perfil de exigencias para cada uno de los puestos existentes en la empresa.
- Hacer posible el desarrollo de una valoración de puestos de trabajo ajustada a sus contenidos y exigencias de manera que la remuneración considere la aportación diferencial.
- Facilitar la elaboración de planes de formación y el desarrollo de procesos de selección más eficaces.


	CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará
MANUAL DE FUNCIONES	
Código: GT01	
I. IDENTIFICACIÓN	
TÍTULO DEL PUESTO:	GERENTE
ÁREA DE GESTIÓN:	Ejecutivo
SUPERVISOR INMEDIATO:	Junta de Accionistas
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Planea, organiza, dirige y controla la empresa. Establece políticas para el funcionamiento de todos los departamentos de la misma y busca nuevas alternativas de crecimiento para la empresa.	
III. FUNCIONES TÍPICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. 2) Tomar decisiones inherentes a la actividad empresarial y hacerlas cumplir. 3) Planificar las actividades de la empresa, fijar las políticas y los objetivos de la organización para el largo y mediano plazo. 4) Controlar el desempeño de los empleados, verificar los logros de la organización, medir las ventas, la rentabilidad y las utilidades alcanzadas. 5) Mantener contacto continuo con los clientes, en busca de nuevas tecnologías o productos adecuados para la empresa. 6) Dirigir la gestión económica financiera de la empresa. 7) Gestionar y firmar los contratos y obligaciones de la empresa. 8) Marcar las políticas generales como las inversiones, compras, productos, recursos humanos, investigación y desarrollo, mercadeo, etc. 	
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)	
<ul style="list-style-type: none"> - Espíritu de liderazgo. - Pensamiento estratégico e inteligencia para resolver problemas. - Facilidad de negociación - Capacidad para tomar decisiones en forma independiente, rápida y oportuna. - Integridad Moral y ética - Requiere alto esfuerzo mental - Requiere bajo esfuerzo físico - Responde por el trabajo de todos los empleados. 	
V. REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN: Poseer Título Académico Profesional en: Administración de Empresas. EXPERIENCIA: 4 años de experiencia mínima en cargos similares EDAD: de 30 años en adelante SEXO: Indistinto	
Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo	

	CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará
	MANUAL DE FUNCIONES
	Código: ASJ1
I. IDENTIFICACIÓN	
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
AREA DE GESTIÓN:	Asesor
SUPERVISOR INMEDIATO:	Gerente
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Asesorar, dirigir y realizar los trámites judiciales que implique la representación legal de la empresa cuando esta lo requiera.	
III. FUNCIONES TÍPICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1) Asesorar al personal ejecutivo para tomar las mejores decisiones empresariales. 2) Orientar en la constitución, gestión de la empresa. 3) Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales. 4) Negociar y redactar contratos de compra-venta de activos. 5) Realizar los contratos laborales y registrarlos en el ministerio laboral. 6) Representar a la empresa judicialmente. 7) Analizar, conceptuar, emitir criterios y pronunciamientos legales de la empresa. 8) Responder oficios y escritos legales de petición en las diferentes entidades de control. 	
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)	
<ul style="list-style-type: none"> - Razonamiento lógico. - Dominio del lenguaje y facultad para la expresión de sus ideas. - Tener habilidad de mediación - Requiere mediano esfuerzo mental - No requiere esfuerzo físico 	
V. REQUISITOS MINIMOS	
EDUCACIÓN: Poseer Título Académico en Derecho	
EXPERIENCIA: Un año de experiencia de ejercer la profesión.	
EDAD: 25 a 45 años	
SEXO: Indistinto	
Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo	

	<p align="center">CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará</p>
	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
	<p>Código: ASJ1</p>
<p align="center">I. IDENTIFICACIÓN</p>	
<p>TITULO DEL PUESTO:</p>	<p align="center">SECRETARIA - CONTADORA</p>
<p>AREA DE GESTIÓN:</p>	<p align="center">Asesor</p>
<p>SUPERVISOR INMEDIATO:</p>	<p align="center">Gerente</p>
<p align="center">II. NATURALEZA DEL PUESTO</p>	
<p>Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables de la Empresa bajo el cumplimiento de procedimientos establecidos en la misma con el fin de garantizar el registro correcto y oportuno de las operaciones económicas de la organización.</p>	
<p align="center">III. FUNCIONES TÍPICAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia directa a los clientes y proveedores - Mantenimiento de los archivos de la empresa - Atender al público en general que se presenta a solicitar información para realizar algún trámite o proporcionar algún servicio. - Ordenar y archivar correctamente la información y documentación que se genere. - Facturar y cobrar las ordenes de tratamientos faciales. - Liquidar nómina - Digitalizar y tener al día la contabilidad - Preparar, revisar y cancelar las declaraciones de pagos, por concepto de retención de impuestos a la renta y otras obligaciones tributarias vigentes. 	
<p align="center">IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Razonamiento lógico. - Dominio del lenguaje y facultad para la expresión de sus ideas. - Tener habilidad de mediación - Requiere mediano esfuerzo mental - No requiere esfuerzo físico 	
<p align="center">V. REQUISITOS MÍNIMOS</p>	
<p>EDUCACIÓN: Poseer Título Académico en Contabilidad</p>	
<p>EXPERIENCIA: Un año de experiencia de ejercer la profesión.</p>	
<p>EDAD: 25 a 45 años</p>	
<p>SEXO: Indistinto</p>	
<p>Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo</p>	

 <p>CENTRO ESTÉTICO FACIAL "NATURAL FACE"</p> <p><i>Ofrece: Limpieza facial, depilaciones y masajes faciales</i> <i>Será atendido por: Cosmetólogas certificadas</i> <i>Recuerda: Tiñetes de terciopelo ¡Cuidada!</i></p>	<p>CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará</p> <p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>Código: GT01</p>
II. IDENTIFICACIÓN	
TITULO DEL PUESTO:	COSMETÓLOGA
AREA DE GESTIÓN:	Operativa
SUPERVISOR INMEDIATO:	Gerente
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
<p>Ejecutar las actividades de selección de materia prima, diseño de los tratamientos estético faciales; para la prestación de los servicios de estética facial.</p>	
III. FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar diariamente la materia prima a usar en los servicios. - Examinar a los clientes y determinar el tratamiento ideal para sus necesidades. - Diseñar los tratamientos estético facial más acordes a las necesidades de cada cliente. - Supervisar a las Auxiliares Cosmetólogas en la aplicación de los tratamientos. - Control de la bodega de insumos. - Control del buen funcionamiento y uso de los equipos y herramientas 	
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)	
<ul style="list-style-type: none"> - Agilidad en la atención y diseño de tratamientos faciales. - El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de cosmetología 	
V. REQUISITOS MINIMOS	
<p>EDUCACIÓN: Poseer Título Académico en Cosmetología. EXPERIENCIA: 4 años de experiencia mínima en cargos similares EDAD: de 25 años en adelante SEXO: Femenino</p>	
<p>Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo</p>	

	CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará
MANUAL DE FUNCIONES	
Código: GT01	
III. IDENTIFICACIÓN	
TITULO DEL PUESTO:	AUXILIARES - COSMETOLÓGAS
AREA DE GESTIÓN:	Operativa
SUPERVISOR INMEDIATO:	Cosmetóloga
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Ejecutar los tratamientos estéticos diseñados por la Cosmetóloga, cuidado y control de los insumos, equipos y herramientas a su cargo.	
III. FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejecutar los tratamientos estéticos diseñados por la cosmetóloga. ➤ Controlar las órdenes de facturación por los tratamientos efectuados. ➤ Cuidado de la correcta utilización de los insumos. ➤ Control de las herramientas y equipos a su cargo. ➤ Mantenimiento y limpieza de su puesto de trabajo. ➤ Las demás que determine su jefe inmediato superior. 	
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)	
<ul style="list-style-type: none"> - Agilidad en la atención y diseño de tratamientos faciales. - El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de cosmetología 	
V. REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN: Poseer Título de Bachiller. EXPERIENCIA: 2 años de experiencia mínima en cargos similares EDAD: de 25 años en adelante SEXO: Femenino	
Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo	

 <p data-bbox="391 297 635 353">CENTRO ESTÉTICO FACIAL "NATURAL FACE"</p> <p data-bbox="379 504 651 571"><i>Ofrece: Limpieza facial, depilaciones y masajes faciales</i> <i>Será atendido por: Cosmólogas certificadas</i> <i>Recuerda: Tu piel es de terciopelo ¡Cuidala!</i></p>	<p>CENTRO ESTÉTICO NATURAL FACE. Calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo Macará</p>
<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
<p>Código: GT01</p>	
<p align="center">IV. IDENTIFICACIÓN</p>	
<p>TITULO DEL PUESTO:</p>	<p align="center">AUXILIAR DE MARKETING</p>
<p>AREA DE GESTIÓN:</p>	<p align="center">Operativa</p>
<p>SUPERVISOR INMEDIATO:</p>	<p align="center">Gerente</p>
<p align="center">II. NATURALEZA DEL PUESTO</p>	
<p>Planificar, organizar y controlar la publicidad y promoción de la empresa.</p>	
<p align="center">III. FUNCIONES TIPICAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar los planes de publicidad y promoción de la empresa. ➤ Contratar la publicidad a efectuarse en los diferentes medios de comunicación. ➤ Adquirir los productos promocionales y distribuirlos adecuadamente. ➤ Realizar la visita a entidades públicas y privadas para promocionar la empresa 	
<p align="center">IV. CARACTERISTICAS DE LA CLASE (Habilidades y Destrezas)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Agilidad en la atención y diseño de tratamientos faciales. - El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de marketing. 	
<p align="center">V. REQUISITOS MINIMOS</p>	
<p>EDUCACIÓN: Poseer Título Académico en Marketing. EXPERIENCIA: 2 años de experiencia mínima en cargos similares EDAD: de 25 años en adelante SEXO: Indistinto</p>	
<p>Elaborado por: Marilú Gualán Oviedo</p>	

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina los aspectos financieros más importantes para la puesta en marcha del proyecto, tales como: Las Inversiones y el Financiamiento, Los Costos y Gastos, Los Ingresos y Egresos, y El punto de Equilibrio.

Estos aspectos permitirán delimitar la estructura financiera de la empresa que se pretende crear.

LAS INVERSIONES

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos fijos
- Activos diferidos
- Capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

Adecuaciones: Constituye el valor de inversión de las adecuaciones que se van a efectuar en el local donde se ubicará la nueva empresa, así:

Cuadro N° 53

INVERSIÓN EN ADECUACIONES

DETALLE	ÁREA	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
Administración	20	M	\$ 25,00	\$ 1.500,00
Espera	40	M	\$ 25,00	\$ 1.750,00
Atención al Cliente	20	M	\$ 25,00	\$ 3.500,00
Recepción	20	M	\$ 25,00	\$ 1.750,00
Baños	12	M	\$ 30,00	\$ 240,00
Área verde e ingreso	22	M	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL	134	M		\$ 8.860,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Equipo: Establece la inversión en los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias del servicio, es el elemento fundamental para la prestación de los servicios, así:

Cuadro N° 54

INVERSIÓN EN EQUIPO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
BIO BIO-1005 Ascensor	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Calentador de Cera	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Calentador de Toallas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo 4 en 1 Micro Galvánica	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Fototerapia Dinámica	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Esterilizador	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Vaporizador Facial	2	\$ 100,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 3.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Herramientas: Compone las inversiones en instrumentos manuales que se utilizaran en el proceso de prestación del servicio de la empresa, así:

Cuadro N° 55

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Brocha para mascarilla	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Esponja facial	84	\$ 1,00	\$ 84,00
Gafas Protectoras para Cosmetólogas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Gafas Protectoras para Clientes	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Mascarilla para Oxigenación	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Papel Depilatorio	4964	\$ 0,30	\$ 1.489,09
Rodillo con micro-agujas	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Guantes de Lufa o de Crin	48	\$ 5,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 2.267,09

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Muebles y enseres: Son los montos devengados en muebles y enseres asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa, así:

Cuadro N° 56

INVERSIÓN EN MOBILIARIO DE OFICINA

ARTICULO	UNIDAD	V/U	V/T
Escritorio de Madera	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Archivador Metálico	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillones de Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sillones individuales para espera	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Sillón de tres personas para recepción	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Cama facial plegable	7	\$ 150,00	\$ 1.050,00
Sillas para masaje facial	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Mesa de Tres Niveles para Cabina	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Taburete Hidráulico	7	\$ 70,00	\$ 490,00
Stand Metálico para guardar materia prima	1	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 5.020,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Equipo de computación: Son las inversiones en los equipos computacionales que se va a manejar en la nueva empresa para desarrollar las actividades administrativas, así:

Cuadro N° 57

INVERSIÓN EN EQUIPO DE CÓMPUTO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadora	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
Impresora	2	\$ 300,00	\$ 600,00
UPS y Regulador de Voltaje	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 3.500,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Equipo de oficina: Constituyen los valores a invertir en los equipos de oficina utilizados en trámites administrativos, así:

Cuadro N° 58

EQUIPO DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Teléfono SAMSUNG	3,00	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 180,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Imprevistos: Todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos, que para el caso del presente proyecto será del 5%.

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación detallamos lo activos Fijos totales:

Cuadro N° 59

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

ARTÍCULO	V/T
ADECUACIONES	\$ 8.860,00
EQUIPO	\$ 3.500,00
HERRAMIENTAS	\$ 2.267,09
MOBILIARIO DE OFICINA	\$ 5.020,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.500,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 180,00
IMPREVISTOS 5,02%	\$ 1.171,95
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 24.499,04

Fuente: Cuadros 53 al 58

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

Cuadro N° 60

ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	V/TOTAL
Estudios de implementación	\$ 1.000,00
Estudios Arquitectónicos	\$ 700,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Permisos de funcionamiento y operación	\$ 300,00
Imprevistos	\$ 125,00
TOTAL	\$ 2.625,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas, que para el presente proyecto se establece un capital de operación para 1 mes, así tenemos:

Costo primo

Constituyen los costos de los elementos que intervienen directamente en la prestación de los servicios estéticos, y tenemos los siguientes:

Materia prima directa: Son los valores incurridos en la adquisición de materiales y suministros que intervienen directamente en la prestación de los servicios estéticos faciales, así:

Cuadro N° 61

MATERIA PRIMA DIRECTA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LIMPIEZA FACIAL					
Jabón Neutro	UNIDAD	331	\$ 5,00	\$ 1.654,55	\$ 137,88
Crema Limpiadora	UNIDAD	331	\$ 7,00	\$ 2.316,36	\$ 193,03
Loción Astringente	UNIDAD	331	\$ 7,00	\$ 2.316,36	\$ 193,03
Loción Exfoliante	UNIDAD	331	\$ 7,00	\$ 2.316,36	\$ 193,03
Crema Hidratante	UNIDAD	331	\$ 6,00	\$ 1.985,45	\$ 165,45
Velo de Collagen Essence Mask	UNIDAD	4964	\$ 6,00	\$ 29.781,82	\$ 2.481,82
Velo de Oro Anti-envejecimiento	UNIDAD	4964	\$ 6,00	\$ 29.781,82	\$ 2.481,82
TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LIMPIEZA FACIAL				\$ 70.152,73	\$ 5.846,06
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA DEPILACIÓN					
Cera depiladora	UNIDAD	496	\$ 5,00	\$ 2.481,82	\$ 206,82
Loción Limpiadora	UNIDAD	165	\$ 7,00	\$ 1.158,18	\$ 96,52
Bastoncillos de Algodón	UNIDAD	248	\$ 2,30	\$ 570,82	\$ 47,57
Algodones	UNIDAD	165	\$ 2,00	\$ 330,91	\$ 27,58
TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA DEPILACIÓN				\$ 4.541,73	\$ 378,48
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL					
Aceite de Rosa de Mosqueta	UNIDAD	347	\$ 1,00	\$ 347,45	\$ 28,95
Aceite de Oliva	UNIDAD	347	\$ 1,00	\$ 347,45	\$ 28,95
Aceite de Manzanilla	UNIDAD	347	\$ 1,00	\$ 347,45	\$ 28,95
TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL				\$ 1.042,36	\$ 86,86
TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA				\$ 75.736,82	\$ 6.311,40

Fuente: Investigación directo

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Mano de obra directa: Son los valores incurridos en el pago de los Recursos Humanos que intervienen directamente en prestación de los servicios estéticos faciales, así tenemos:

Cuadro N° 62

MANO DE OBRA DIRECTA

Mano de obra directa: Son los valores incurridos en el pago de los Recursos Humanos que intervienen directamente en prestación de los servicios estéticos faciales, así tenemos:

CUADRO 59:

MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	NRO OBRER	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 12,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)	VACAC.	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGO MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MES	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Auxiliares Cosmetólogas	3	366,00	41,31	14,17	28,33	28,33	452,14	3165,00	37980,04
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA								3165,00	37980,04

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Costos indirectos de fabricación

Constituyen los costos de los elementos que intervienen indirectamente en el proceso de producción, y tenemos los siguientes:

Mano de obra directa: Son los valores incurridos en el pago de los Recursos Humanos que intervienen indirectamente en prestación de los servicios estéticos faciales, así tenemos:

Cuadro N° 60

MANO DE OBRA INDIRECTA										
CARGO	NRO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL		VACAC.	DÉCIMO 3ER	DÉCIMO 4TO	TOTAL PAGO	TOTAL	TOTAL
			IESS 12,15%,			SUELDO	SUELDO		MANO DE OBRA	MANO DE OBRA
		IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)						MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
Cosmetóloga	1	400,00	48,60	16,67	33,33	28,33	526,93	526,93	6323,20	
TOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA								526,93	6323,20	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Mantenimiento: Es el costo necesario para mantener en buen estado de funcionamiento de los equipos, así:

Cuadro N° 61
MANTENIMIENTO

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/ MENSUAL	VALOR ANUAL
EQUIPO	UNIDAD	1,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL				\$ 50,00	\$ 600,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en las operaciones administrativas de la organización, y tenemos los Siguietes:

Sueldos administrativos: Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones, así tenemos:

Cuadro N° 62

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	NRO DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 12,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)	VACACI	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS
GERENTE	1	600,00	72,90	25,00	50,00	28,33	776,23	9314,80
SECRETARIA - CONTADORA	1	400,00	48,60	16,67	33,33	28,33	526,93	6323,20
ASESOR JURIDICO	1	400,00	48,60	16,67	33,33	28,33	526,93	6323,20
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS							1830,10	21961,20

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Servicios básicos: Constituyen los costos por pago de los servicios de agua, luz, Teléfono e internet, así:

Cuadro N° 63

SERVICIOS BÁSICOS

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	80,00	\$ 0,25	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	M3	30,00	\$ 0,35	\$ 10,50	\$ 126,00
Teléfono	MINUTOS	120,00	\$ 0,10	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	MEGAS	2.000,00	\$ 0,01	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL				\$ 62,50	\$ 750,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Materiales de oficina: Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para las operaciones de oficina, y tenemos los siguientes:

Cuadro N° 64

MATERIALES DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR MENSUAL
Resmas de papel bond.	UNIDAD	24,00	\$ 4,00	\$ 96,00	\$ 8,00
Tinta para impresora.	UNIDAD	60,00	\$ 7,00	\$ 420,00	\$ 35,00
Esferográficos.	UNIDAD	24,00	\$ 0,30	\$ 7,20	\$ 0,60
Marcadores	UNIDAD	12,00	\$ 0,50	\$ 6,00	\$ 0,50
Factureros.	UNIDAD	24,00	\$ 10,00	\$ 240,00	\$ 20,00
Carpetas archivadoras de documentos.	UNIDAD	60,00	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 25,00
Varios	UNIDAD	1,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 4,17
TOTAL				\$ 1.119,20	\$ 93,27

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Útiles de aseo: Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para el aseo de la oficina, y tenemos los siguientes:

Cuadro N° 65
ÚTILES DE ASEO

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T ANUAL	VALOR MENSUAL
ESCOBA	UNIDAD	4,00	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 1,33
TRAPEADOR	UNIDAD	4,00	\$ 5,00	\$ 20,00	\$ 1,67
BASURERO	UNIDAD	3,00	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ 2,00
RECOGEDOR	UNIDAD	2,00	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 0,67
TOALLAS	UNIDAD	4,00	\$ 10,00	\$ 40,00	\$ 3,33
PINOKLIN	UNIDAD	12,00	\$ 4,00	\$ 48,00	\$ 4,00
PAPEL HIGIÉNICO	DOCENA	24,00	\$ 6,00	\$ 144,00	\$ 12,00
JABÓN LÍQUIDO	UNIDAD	24,00	\$ 2,00	\$ 48,00	\$ 4,00
TOTAL				\$ 348,00	\$ 29,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Arriendo del local: Son los costos incurridos en el pago de arriendo del local donde funcionara el centro estético facial, así:

Cuadro N° 66

ARRIENDO DEL LOCAL

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR MES	V/T ANUAL
ARRIENDO DEL LOCAL	UNIDAD	1,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL			\$ 500,00	\$ 6.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

➤ **GASTOS DE VENTAS**

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en el proceso de venta del producto, y tenemos los siguientes:

Sueldos Marketing: Constituye los valores incurridos en el pago de la publicidad para el manejo del Marketing de la empresa, así:

Cuadro N° 67

SUELDOS DE MARKETING

CARGO	NRO DE EMPLEAD	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 12,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)	VACACI	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	TOTAL SUELDOS MARKETING
AUXILIAR DE MARKETING	1	366,00	41,31	14,17	28,33	28,33	452,14	5425,72
TOTAL SUELDOS MARKETING							452,14	5425,72

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Publicidad y Promoción: Son los costos incurridos en la generación de publicidad y promoción para dar a conocer los servicios, y tenemos los siguientes:

Cuadro N° 68

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR MES
Cuñas Radiales (10 mensuales)	UNIDAD	120,00	\$ 4,00	\$ 480,00	\$ 40,00
Obsequio de toalla facial con logo	UNIDAD	200,00	\$ 4,00	\$ 800,00	\$ 66,67
TOTAL				\$ 1.280,00	\$ 106,67

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTE

A continuación detallamos lo activos circulantes totales para el primer mes:

Cuadro N° 69

RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
COSTO PRIMO		\$ 9.476,40
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 6.311,40	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 3.165,00	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 576,93
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 526,93	
MANTENIMIENTO	\$ 50,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 2.514,87
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.830,10	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 62,50	
MATERIALES DE OFICINA	\$ 93,27	
ÚTILES DE ASEO	\$ 29,00	
ARRIENDO DEL LOCAL	\$ 500,00	
GASTOS DE VENTAS		\$ 558,81
PUBLICIDAD	\$ 106,67	
SUELDOS MARKETING	\$ 452,14	
IMPREVISTOS 5%		\$ 656,35
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES		\$ 13.783,37

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

Cuadro N° 70

INVERSIONES TOTALES

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		\$ 24.611,05
ADECUACIONES	\$ 8.860,00	
EQUIPO	\$ 3.500,00	
HERRAMIENTAS	\$ 2.267,09	
MOBILIARIO DE OFICINA	\$ 5.020,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.500,00	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 292,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 1.171,95	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 2.625,00
ESTUDIOS DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 1.000,00	
ESTUDIOS ARQUITECTÓNICOS	\$ 700,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	\$ 300,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 125,00	
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 13.783,37
COSTO PRIMO	\$ 9.476,40	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 576,93	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.514,87	
GASTOS DE VENTAS	\$ 558,81	
IMPREVISTOS 5%	\$ 656,35	
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 41.019,41

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 51% del total de la inversión que corresponde a \$ 21.019,41 dólares, será financiado con aportaciones de los accionistas.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al banco de Loja, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de su línea de crédito a las PYMES.

El crédito que mantendrá el proyecto con el banco de Loja constituirá el 49% que corresponde a \$ 20.000 dólares a 3 años plazo al 10,35% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición del terreno, el equipo y la mayor parte de las construcciones; en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**Cuadro N° 71
FINANCIAMIENTO**

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	51%	\$ 21.019,41
Crédito	49%	\$ 20.000,00
TOTAL	100%	\$ 41.019,41

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

A continuación detallamos la tabla de amortización del préstamo

Cuadro N° 72
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 10,35% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 20.000,00
1	\$ 555,56	\$ 172,50	\$ 728,06	\$ 19.444,44
2	\$ 555,56	\$ 167,71	\$ 723,26	\$ 18.888,89
3	\$ 555,56	\$ 162,92	\$ 718,47	\$ 18.333,33
4	\$ 555,56	\$ 158,13	\$ 713,68	\$ 17.777,78
5	\$ 555,56	\$ 153,33	\$ 708,89	\$ 17.222,22
6	\$ 555,56	\$ 148,54	\$ 704,10	\$ 16.666,67
7	\$ 555,56	\$ 143,75	\$ 699,31	\$ 16.111,11
8	\$ 555,56	\$ 138,96	\$ 694,51	\$ 15.555,56
9	\$ 555,56	\$ 134,17	\$ 689,72	\$ 15.000,00
10	\$ 555,56	\$ 129,38	\$ 684,93	\$ 14.444,44
11	\$ 555,56	\$ 124,58	\$ 680,14	\$ 13.888,89
12	\$ 555,56	\$ 119,79	\$ 675,35	\$ 13.333,33
13	\$ 555,56	\$ 115,00	\$ 670,56	\$ 12.777,78
14	\$ 555,56	\$ 110,21	\$ 665,76	\$ 12.222,22
15	\$ 555,56	\$ 105,42	\$ 660,97	\$ 11.666,67
16	\$ 555,56	\$ 100,63	\$ 656,18	\$ 11.111,11
17	\$ 555,56	\$ 95,83	\$ 651,39	\$ 10.555,56
18	\$ 555,56	\$ 91,04	\$ 646,60	\$ 10.000,00
19	\$ 555,56	\$ 86,25	\$ 641,81	\$ 9.444,44
20	\$ 555,56	\$ 81,46	\$ 637,01	\$ 8.888,89
21	\$ 555,56	\$ 76,67	\$ 632,22	\$ 8.333,33
22	\$ 555,56	\$ 71,88	\$ 627,43	\$ 7.777,78
23	\$ 555,56	\$ 67,08	\$ 622,64	\$ 7.222,22
24	\$ 555,56	\$ 62,29	\$ 617,85	\$ 6.666,67
25	\$ 555,56	\$ 57,50	\$ 613,06	\$ 6.111,11
26	\$ 555,56	\$ 52,71	\$ 608,26	\$ 5.555,56
27	\$ 555,56	\$ 47,92	\$ 603,47	\$ 5.000,00
28	\$ 555,56	\$ 43,13	\$ 598,68	\$ 4.444,44
29	\$ 555,56	\$ 38,33	\$ 593,89	\$ 3.888,89
30	\$ 555,56	\$ 33,54	\$ 589,10	\$ 3.333,33
31	\$ 555,56	\$ 28,75	\$ 584,31	\$ 2.777,78
32	\$ 555,56	\$ 23,96	\$ 579,51	\$ 2.222,22
33	\$ 555,56	\$ 19,17	\$ 574,72	\$ 1.666,67
34	\$ 555,56	\$ 14,38	\$ 569,93	\$ 1.111,11
35	\$ 555,56	\$ 9,58	\$ 565,14	\$ 555,56
36	\$ 555,56	\$ 4,79	\$ 560,35	\$ 0,00
TOTAL	\$ 20.000,00		\$ 23.191,25	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Depreciación.- Para el cálculo de las depreciaciones se tomó en cuenta los años de vida útil de los activos depreciables, tomando en cuenta lo establecido por las normas contables, con ello, restamos al valor del bien, el valor residual que corresponde al 10%, luego dividimos este valor para los años de vida útil, y finalmente obtenemos el valor a depreciar anual, así:

Cuadro N° 73
DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIAC. ANUAL	REINVERS. AÑO 4
ADECUACIONES	\$ 8.860,00	\$ 886,00	\$ 7.974,00	20,00	\$ 398,70	
EQUIPO	\$ 3.500,00	\$ 350,00	\$ 3.150,00	10,00	\$ 315,00	
HERRAMIENTAS	\$ 2.267,09	\$ 226,71	\$ 2.040,38	10,00	\$ 204,04	
MOBILIARIO DE OFICINA	\$ 5.020,00	\$ 502,00	\$ 4.518,00	10,00	\$ 451,80	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.500,00	\$ 350,00	\$ 3.150,00	3,00	\$ 1.050,00	\$ 3.783,50
EQUIPO DE OFICINA	\$ 292,00	\$ 29,20	\$ 262,80	10,00	\$ 26,28	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Como el equipo de cómputo se deprecia en 3 años, significa que en el año 4 se tendrá que reinvertir en este bien, para calcular el valor del mismo se tomó como base la tasa de inflación acumulada de tres años y se incrementó al valor actual, finalmente calculamos nuevamente la depreciación, así:

Cuadro N° 74
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 5

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIAC ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.783,50	\$ 378,35	\$ 3.405,15	3,00	\$ 1.135,05

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Amortización.- Este rubro se lo determina para los años de vida útil del proyecto, teniendo un valor de \$ 2.625,00 dólares esto para los 5 años, nos da un valor de \$525 dólares. Este cuadro se lo representa a continuación:

Cuadro N° 75

AMORTIZACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.625,00	5	\$ 525,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Lo presupuestario de estos costos requiere ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.

Cuadro N° 76

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	\$ 120.040,06	\$ 123.281,14	\$ 126.609,73	\$ 130.028,19	\$ 133.538,95
Materia Prima Directa	\$ 75.736,82	\$ 77.781,71	\$ 79.881,82	\$ 82.038,63	\$ 84.253,67
Mano de Obra Directa	\$ 37.980,04	\$ 39.005,50	\$ 40.058,65	\$ 41.140,23	\$ 42.251,02
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.323,20	\$ 6.493,93	\$ 6.669,26	\$ 6.849,33	\$ 7.034,26
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 600,00	\$ 616,20	\$ 632,84	\$ 649,92	\$ 667,47
Mantenimiento	\$ 600,00	\$ 616,20	\$ 632,84	\$ 649,92	\$ 667,47
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30.178,40	\$ 30.993,22	\$ 31.830,03	\$ 32.689,44	\$ 33.572,06
Sueldos Administrativos	\$ 21.961,20	\$ 22.554,15	\$ 23.163,11	\$ 23.788,52	\$ 24.430,81
Servicios Básicos	\$ 750,00	\$ 770,25	\$ 791,05	\$ 812,41	\$ 834,34
Materiales de Oficina	\$ 1.119,20	\$ 1.149,42	\$ 1.180,45	\$ 1.212,32	\$ 1.245,06
Útiles de Aseo	\$ 348,00	\$ 357,40	\$ 367,05	\$ 376,96	\$ 387,13
Arriendo	\$ 6.000,00	\$ 6.162,00	\$ 6.328,37	\$ 6.499,24	\$ 6.674,72
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.705,72	\$ 6.886,77	\$ 7.072,72	\$ 7.263,68	\$ 7.459,80
Sueldo de Marketing	\$ 5.425,72	\$ 5.572,21	\$ 5.722,66	\$ 5.877,18	\$ 6.035,86
Publicidad	\$ 1.280,00	\$ 1.314,56	\$ 1.350,05	\$ 1.386,50	\$ 1.423,94
DEPRECIACIONES	\$ 2.445,82	\$ 2.445,82	\$ 2.445,82	\$ 2.530,87	\$ 2.530,87
Adecuaciones	\$ 398,70	\$ 398,70	\$ 398,70	\$ 398,70	\$ 398,70
Equipo	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00
Herramientas	\$ 204,04	\$ 204,04	\$ 204,04	\$ 204,04	\$ 204,04
Mobiliario de oficina	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80
Equipo de Computo	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.135,05	\$ 1.135,05
Equipo de Oficina	\$ 26,28	\$ 26,28	\$ 26,28	\$ 26,28	\$ 26,28
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.278,75	\$ 1.588,75	\$ 898,75	\$ 1.232,34	\$ 525,00
Amortización de Activo Diferido	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00
Interés de Préstamo	\$ 1.753,75	\$ 1.063,75	\$ 373,75	\$ 0,00	\$ 0,00
COSTO TOTAL DE OPERACIÓN	\$ 86.511,93	\$ 88.030,19	\$ 89.608,07	\$ 92.355,82	\$ 94.040,48
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 75.736,82	\$ 77.781,71	\$ 79.881,82	\$ 82.038,63	\$ 84.253,67
COSTO TOTAL	\$ 162.248,75	\$ 165.811,90	\$ 169.489,89	\$ 174.394,45	\$ 178.294,15

Fuente: Cuadros del 58 al 68, tasa de inflación del año 2016 (2,7%)

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

COSTOS TOTALES POR SERVICIO

Una vez que obtenemos los costos totales generales, es necesario determinar también este rubro por cada uno de los servicios que va a prestar

el nuevo centro de Estética Facial, para ello en primer lugar obtenemos los costos de operación por servicio, tomando en consideración las preferencias de los servicios expresadas en el cuadro 6, de la siguiente manera:

Cuadro N° 77
COSTO DE OPERACIÓN POR SERVICIO

SERVICIO	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN	% DE PREFERENCIA X SERVICIO	COSTO DE OPERACIÓN POR SERVICIO
Limpieza facial	\$ 86.511,93	45,45%	\$ 39.323,60
Depilaciones		22,73%	\$ 19.661,80
Masajes faciales		31,82%	\$ 27.526,52
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL PRIMER AÑO			\$ 86.511,93
Limpieza facial	\$ 88.030,19	45,45%	\$ 40.013,72
Depilaciones		22,73%	\$ 20.006,86
Masajes faciales		31,82%	\$ 28.009,60
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO			\$ 88.030,19
Limpieza facial	\$ 89.608,07	45,45%	\$ 40.730,94
Depilaciones		22,73%	\$ 20.365,47
Masajes faciales		31,82%	\$ 28.511,66
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL TERCER AÑO			\$ 89.608,07
Limpieza facial	\$ 92.355,82	45,45%	\$ 41.979,92
Depilaciones		22,73%	\$ 20.989,96
Masajes faciales		31,82%	\$ 29.385,94
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL CUARTO AÑO			\$ 92.355,82
Limpieza facial	\$ 94.040,48	45,45%	\$ 42.745,67
Depilaciones		22,73%	\$ 21.372,84
Masajes faciales		31,82%	\$ 29.921,97
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL QUINTO AÑO			\$ 94.040,48

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Finalmente, obtenemos el costo total por servicio, sumando los costos totales de producción dados en el cuadro 59 y los costos totales de operación calculados anteriormente, así:

Cuadro N° 78

COSTO TOTAL POR SERVICIO

SERVICIO	COSTO DE PRODUCCIÓN POR SERVICIO	COSTO DE OPERACIÓN POR SERVICIO	COSTO TOTAL POR SERVICIO
Limpieza facial	\$ 70.152,73	\$ 39.323,60	\$ 109.476,33
Depilaciones	\$ 4.541,73	\$ 19.661,80	\$ 24.203,53
Masajes faciales	\$ 1.042,36	\$ 27.526,52	\$ 28.568,89
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 1			\$ 162.248,75
Limpieza facial	\$ 72.046,85	\$ 40.013,72	\$ 112.060,57
Depilaciones	\$ 4.664,35	\$ 20.006,86	\$ 24.671,21
Masajes faciales	\$ 1.070,51	\$ 28.009,60	\$ 29.080,11
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 2			\$ 165.811,90
Limpieza facial	\$ 73.992,12	\$ 40.730,94	\$ 114.723,06
Depilaciones	\$ 4.790,29	\$ 20.365,47	\$ 25.155,76
Masajes faciales	\$ 1.099,41	\$ 28.511,66	\$ 29.611,07
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 3			\$ 169.489,89
Limpieza facial	\$ 75.989,90	\$ 41.979,92	\$ 117.969,82
Depilaciones	\$ 4.919,63	\$ 20.989,96	\$ 25.909,59
Masajes faciales	\$ 1.129,10	\$ 29.385,94	\$ 30.515,04
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 4			\$ 174.394,45
Limpieza facial	\$ 78.041,63	\$ 42.745,67	\$ 120.787,30
Depilaciones	\$ 5.052,46	\$ 21.372,84	\$ 26.425,30
Masajes faciales	\$ 1.159,58	\$ 29.921,97	\$ 31.081,55
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 5			\$ 178.294,15

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la prestación de servicios de Estética Facial.

Los ingresos se establecen como se indica a continuación:

$$P V = \text{Costo Unitario} + MU$$

$$\text{Costo Unitario} = \text{Costo Total} / \text{Nro. De Productos}$$

$$C.U. = \$ 109.476,33 / \$ 9.927,27$$

$$C.U. = \$ 11,03$$

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

$$P.U.V. = \$ 11,03 + 30\%$$

$$P.U.V. = \$ 11,03 + \$ 3,31$$

$$P.U.V. = \$ 14,34$$

$$\text{INGRESOS} = P.U.V. \times \text{NRO. DE SERVICIOS}$$

$$\text{INGRESOS} = \$ 14,34 \times \$ 9.927,27$$

$$\text{INGRESOS} = \$ 142.319,23$$

Una vez determinados los ingresos para el primer año, se proyecta para los 5 años de vida útil del proyecto y luego se determina el presupuesto anual de ingresos, el cual detallamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 79
INGRESOS TOTALES POR SERVICIO

SERVICIO	COSTO TOTAL POR SERVICIO	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD (30%)	PRECIO DE VENTA X UNIDAD	INGRESOS TOTALES
Limpieza facial	\$ 109.476,33	\$ 9.927,27	\$ 11,03	\$ 3,31	\$ 14,34	\$ 142.319,23
Depilaciones	\$ 24.203,53	\$ 4.963,64	\$ 4,88	\$ 1,46	\$ 6,34	\$ 31.464,59
Masajes faciales	\$ 28.568,89	\$ 6.949,09	\$ 4,11	\$ 1,23	\$ 5,34	\$ 37.139,55
INGRESOS TOTALES AÑO 1						\$ 210.923,37
Limpieza facial	\$ 112.060,57	\$ 10.589,09	\$ 10,58	\$ 3,17	\$ 13,76	\$ 145.678,74
Depilaciones	\$ 24.671,21	\$ 5.294,55	\$ 4,66	\$ 1,40	\$ 6,06	\$ 32.072,58
Masajes faciales	\$ 29.080,11	\$ 7.412,36	\$ 3,92	\$ 1,18	\$ 5,10	\$ 37.804,15
INGRESOS TOTALES AÑO 2						\$ 215.555,47
Limpieza facial	\$ 114.723,06	\$ 11.250,91	\$ 10,20	\$ 3,06	\$ 13,26	\$ 149.139,97
Depilaciones	\$ 25.155,76	\$ 5.625,45	\$ 4,47	\$ 1,34	\$ 5,81	\$ 32.702,49
Masajes faciales	\$ 29.611,07	\$ 7.875,64	\$ 3,76	\$ 1,13	\$ 4,89	\$ 38.494,39
INGRESOS TOTALES AÑO 3						\$ 220.336,85
Limpieza facial	\$ 117.969,82	\$ 11.912,73	\$ 9,90	\$ 2,97	\$ 12,87	\$ 153.360,77
Depilaciones	\$ 25.909,59	\$ 5.956,36	\$ 4,35	\$ 1,30	\$ 5,65	\$ 33.682,47
Masajes faciales	\$ 30.515,04	\$ 8.338,91	\$ 3,66	\$ 1,10	\$ 4,76	\$ 39.669,55
INGRESOS TOTALES AÑO 4						\$ 226.712,79
Limpieza facial	\$ 120.787,30	\$ 12.574,55	\$ 9,61	\$ 2,88	\$ 12,49	\$ 157.023,50
Depilaciones	\$ 26.425,30	\$ 6.287,27	\$ 4,20	\$ 1,26	\$ 5,46	\$ 34.352,89
Masajes faciales	\$ 31.081,55	\$ 8.802,18	\$ 3,53	\$ 1,06	\$ 4,59	\$ 40.406,02
INGRESOS TOTALES AÑO 5						\$ 231.782,40

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

Cuadro N° 80
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 210.923,37	\$ 215.555,47	\$ 220.336,85	\$ 226.712,79	\$ 231.782,40
(-) COSTO TOTAL	\$ 162.248,75	\$ 165.811,90	\$ 169.489,89	\$ 174.394,45	\$ 178.294,15
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 48.674,62	\$ 49.743,57	\$ 50.846,97	\$ 52.318,34	\$ 53.488,25
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 7.301,19	\$ 7.461,54	\$ 7.627,04	\$ 7.847,75	\$ 8.023,24
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO. RTA.	\$ 41.373,43	\$ 42.282,03	\$ 43.219,92	\$ 44.470,58	\$ 45.465,01
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 10.343,36	\$ 10.570,51	\$ 10.804,98	\$ 11.117,65	\$ 11.366,25
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO	\$ 31.030,07	\$ 31.711,53	\$ 32.414,94	\$ 33.352,94	\$ 34.098,76
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 3.103,01	\$ 3.171,15	\$ 3.241,49	\$ 3.335,29	\$ 3.409,88
(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS	\$ 27.927,07	\$ 28.540,37	\$ 29.173,45	\$ 30.017,64	\$ 30.688,88

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

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 vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

El primer paso para definir el punto de equilibrio constituye la clasificación de los costos totales, en fijos y variables.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

A continuación se clasifica los costos totales del proyecto en fijos y variables:

Cuadro N° 81
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	0,00	120040,06	0,00	133538,95
Materia Prima Directa		75736,82		84253,67
Mano de Obra Directa		37980,04		42251,02
Mano de Obra Indirecta		6323,20		7034,26
COSTO DE PRODUCCIÓN	600,00	0,00	667,47	0,00
Mantenimiento	600,00		667,47	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	30178,40	0,00	33572,06	0,00
Sueldos Administrativos	21961,20		24430,81	
Servicios Básicos	750,00		834,34	
Materiales de Oficina	1119,20		1245,06	
Útiles de Aseo	348,00		387,13	
Arriendo	6000,00		6674,72	
GASTOS DE VENTAS	6705,72	0,00	7459,80	0,00
Sueldo de Marketing	5425,72		6035,86	
Publicidad	1280,00		1423,94	
DEPRECIACIONES	2445,82	0,00	2530,87	0,00
Adecuaciones	398,70		398,70	
Equipo	315,00		315,00	
Herramientas	204,04		204,04	
Mobiliario de oficina	451,80		451,80	
Equipo de Computo	1050,00		1135,05	
Equipo de Oficina	26,28		26,28	
GASTOS FINANCIEROS	2278,75	0,00	525,00	0,00
Amortización de Activo Diferido	525,00		525,00	
Interés de Préstamo	1753,75		0,00	
TOTAL DE COSTO	42208,69	120040,06	44755,20	133538,95

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

Método Matemático.**AÑO 1****MATEMÁTICAMENTE
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 42.208,69}{\$ 210.923,37 - \$ 120.040,06} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 42.208,69}{\$ 90.883,31} \times 100$$

$$PE = 46,44 \%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

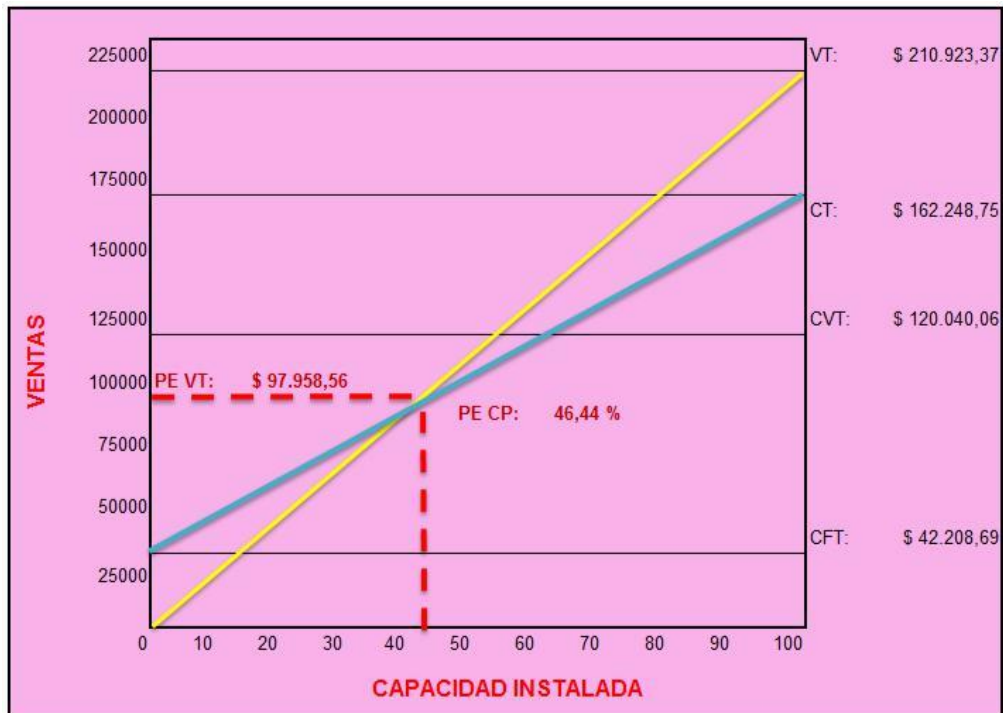
$$PE = \frac{\$ 42.208,69}{1 - \frac{\$ 120.040,06}{\$ 210.923,37}}$$

$$PE = \frac{\$ 42.208,69}{1 - 0,569116917}$$

$$PE = \$ 97.958,56$$

Método Gráfico.

Gráfico No 61
Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ANÁLISIS

Como se puede ver en el gráfico del año 1, el nuevo Centro Estético Facial obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 46,44 % y cuando venda \$ 97.958,56, pero como la empresa generara ingresos superiores a este (210.923,37) y trabaja con una capacidad utilizada superior (75%), entonces se puede concluir que la empresa generara ganancias en este periodo.

Método Matemático.**AÑO 5****MATEMÁTICAMENTE****EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 44.755,20}{\$ 231.782,40 - \$ 133.538,95} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 44.755,20}{\$ 98.243,45} \times 100$$

$$PE = 45,56 \%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 44.755,20}{1 - \frac{\$ 133.538,95}{\$ 231.782,40}}$$

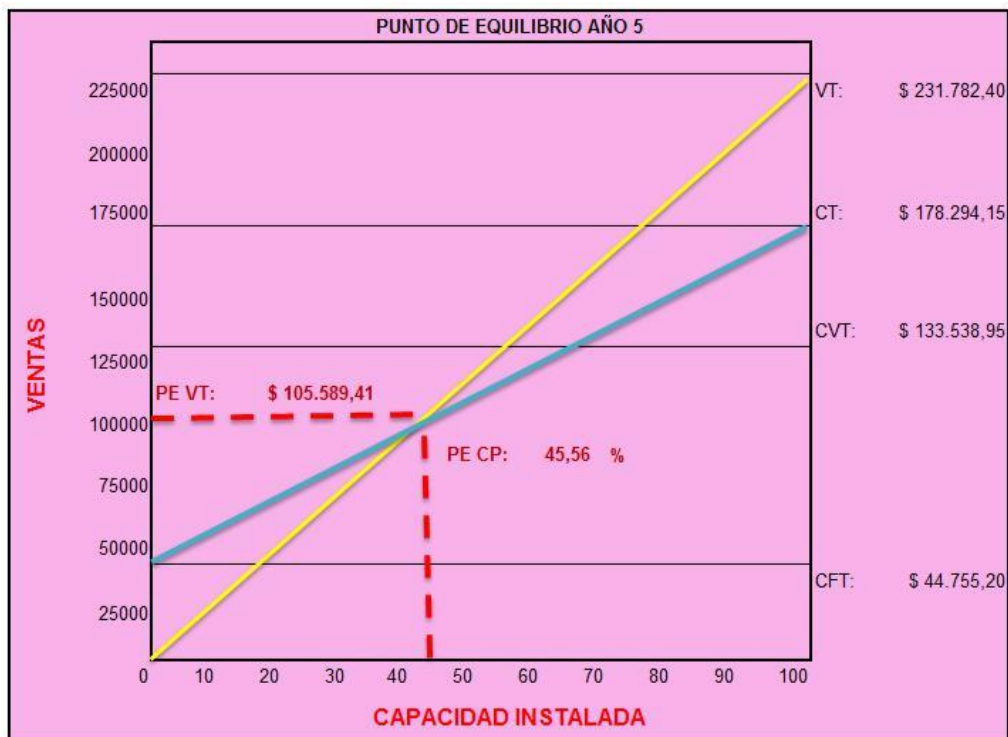
$$PE = \frac{\$ 44.755,20}{1 - 0,576139319}$$

$$PE = \$ 105.589,41$$

Método Gráfico

Gráfico N° 62

Punto de Equilibrio Año 5



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

ANÁLISIS

Como se puede ver en el gráfico del año 5, el nuevo Centro Estético Facial obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 45,56 % y cuando venda \$ 105.589,41, pero como la empresa generara ingresos superiores a este (231.782,40) y trabaja con una capacidad utilizada superior (95%), entonces se puede concluir que la empresa generara ganancias en este periodo.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

Para tomar la decisión si se opta por ejecutar o no el proyecto, es necesario contar con una base sólida y técnica que permita con certeza tomar una u otra decisión; para ello se efectúa la evaluación financiera del proyecto con al menos cinco indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio – costo, período de recuperación de capital y análisis de sensibilidad del proyecto. En base a dichos resultados se podrá determinar además la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil determinados para el proyecto, considerando los ingresos y egresos reales de dinero en la empresa si se pusiera en marcha.

Flujo de Caja

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

Para el caso de la creación del nuevo Centro de Estética Facial “NATURAL FACE”, tenemos el siguiente flujo de caja:

Cuadro N° 82
FLUJO DE CAJA

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 210.923,37	\$ 215.555,47	\$ 220.336,85	\$ 226.712,79	\$ 231.782,40
(-) COSTO TOTAL	\$ 162.248,75	\$ 165.811,90	\$ 169.489,89	\$ 174.394,45	\$ 178.294,15
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 48.674,62	\$ 49.743,57	\$ 50.846,97	\$ 52.318,34	\$ 53.488,25
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 7.301,19	\$ 7.461,54	\$ 7.627,04	\$ 7.847,75	\$ 8.023,24
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO. RTA.	\$ 41.373,43	\$ 42.282,03	\$ 43.219,92	\$ 44.470,58	\$ 45.465,01
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 10.343,36	\$ 10.570,51	\$ 10.804,98	\$ 11.117,65	\$ 11.366,25
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO	\$ 31.030,07	\$ 31.711,53	\$ 32.414,94	\$ 33.352,94	\$ 34.098,76
(+) DEPRECIACIONES	\$ 2.445,82	\$ 2.445,82	\$ 2.445,82	\$ 2.530,87	\$ 2.530,87
(+) AMORTIZACIONES	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00
FLUJO NETO	\$ 34.000,89	\$ 34.682,34	\$ 35.385,76	\$ 36.408,81	\$ 37.154,63

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Valor actual neto

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Se tomó como base el 10,35% porque es el porcentaje del interés del costo del préstamo realizado al banco de Loja, así:

Cuadro N° 83

VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,35%	VALOR ACTUALIZADO
0	44.802,91	INVERSIONES AÑO 0 Y 4	
1	34.000,89	0,906207522	30.811,86
2	34.682,34	0,821212072	28.481,56
3	35.385,76	0,744188556	26.333,68
4	36.408,81	0,674389267	24.553,71
5	37.154,63	0,611136626	22.706,55
Sumatoria valor actualizado			132.887,36
Inversión			44.802,91
VAN AL 10,35%			88.084,45

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

Como se observa el VAN es mayor que uno, por lo tanto el proyecto es conveniente de ejecutarse.

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (de interés) con la que el valor presente de los egresos (incluida la inversión inicial) es igual al valor presente de los ingresos netos.

Representa la rentabilidad media del dinero invertido durante la vida útil de la empresa.

Los criterios para la toma de decisión si aceptar el proyecto o no son los siguientes:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse del proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente.

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el caso del presente proyecto se obtuvo la siguiente TIR:

Cuadro N° 84
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 72%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 73%	VAN MAYOR
0	44.802,91				
1	34.000,89	0,581395349	19.767,96	0,578034682	19.653,69
2	34.682,34	0,338020552	11.723,35	0,334124094	11.588,21
3	35.385,76	0,196523577	6.954,14	0,193135314	6.834,24
4	36.408,81	0,114257893	4.159,99	0,11163891	4.064,64
5	37.154,63	0,066429008	2.468,14	0,064531162	2.397,63
		Valor actualizado	45.073,58	Valor actualizado	44.538,41
		Inversión	44.802,91	Inversión	44.802,91
		VAN MENOR	270,67	VAN MAYOR	-264,50

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán Oviedo

$$TIR = T_m + DT \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 72 + 1 \left(\frac{270,67}{535,17} \right)$$

$$TIR = 72,51 \%$$

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

DONDE:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\begin{array}{rcl}
 & 1 & + \\
 \text{PRI} = & & \frac{44.802,91 - 34.000,89}{34.682,34} \\
 \text{PRI} = & 1,3115 & \\
 \text{PRI} = & & \\
 \text{PRI} = & 0,3115 \times 12 = & \mathbf{1 \text{ AÑO}} \\
 \text{PRI} = & 0,7375 \times 30 = & \mathbf{3 \text{ MESES}} \\
 & & \mathbf{22 \text{ DÍAS}}
 \end{array}$$

La inversión del proyecto se la recuperará en 1 año, 3 meses y 22 días, luego de este tiempo será rentabilidad para la nueva empresa.

Relación Beneficio/Costo

Este indicador financiero permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos y los egresos.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Si la relación Beneficio-Costo es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si la relación Beneficio-Costo es menor a uno no se acepta el proyecto

Si la relación Beneficio-Costo es igual a uno es indiferente.

Cuadro N° 86

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

AÑO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN 10,35%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN 10,35%	INGRESO ACTUALIZADO
0	44.802,91					
1	162.248,75	0,906207522	147.031,03	210.923,37	0,906207522	191.140,34
2	165.811,90	0,821212072	136.166,73	215.555,47	0,821212072	177.016,75
3	169.489,89	0,744188556	126.132,43	220.336,85	0,744188556	163.972,16
4	174.394,45	0,674389267	117.609,75	226.712,79	0,674389267	152.892,67
5	178.294,15	0,611136626	108.962,09	231.782,40	0,611136626	141.650,71
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			635902,04	INGRESO ACTUALIZADO		826672,65

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Marilú Gualán O.

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R B/C = \frac{826.672,65}{635.902,04} = 1,30$$

La relación de beneficio- costo es de \$1,30 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$0,30, o lo que es lo mismo, un 30% de rendimiento.

Análisis de Sensibilidad

En el proyecto se ha estimado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 87

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 16,39% DE LOS COSTOS

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 16,39%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					42%	VAN MAYOR	43%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
0						-		
1	162.248,75	188.841,32	210.923,37	22.082,05	0,704225352	44.802,91	0,699300699	-44.802,91
2	165.811,90	192.988,47	215.555,47	22.567,00	0,495933347	15550,74	11191,73	0,489021468
3	169.489,89	197.269,28	220.336,85	23.067,57	0,349248836	8056,32	0,341973055	7888,4886
4	174.394,45	202.977,70	226.712,79	23.735,08	0,245949884	5837,64	0,239141996	5676,0555
5	178.294,15	207.516,57	231.782,40	24.265,83	0,173204144	4202,94	0,167232165	4058,028
						36,47		-702,60

FUENTE: Cuadros 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: Marilú Gualán Oviedo

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 42 + 1 \left(\frac{36,47}{739,0} \right) = 42,05$$

$$\text{Diferencia TIR} = \text{TIR PROYECTO} - \text{NUEVA TIR} = 72,51 - 42,05 = 30,46$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \frac{\text{DIFERENCIA. TIR} / \text{TIR DEL PROYECTO}}{\text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN} / \text{NUEVA TIR}} = \frac{30,46}{72,51} = 42,01$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN} / \text{NUEVA TIR}}{\text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN} / \text{NUEVA TIR}} = \frac{42,01}{42,05} = 0,99896$$

Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado por un incremento de los costos de hasta un 16,39%.

Además también se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta una disminución de los ingresos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 88

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 12,61% DE LOS INGRESOS

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 12,61%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	42% FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR	43% FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR
0						- 44.802,91		- 44.802,91
1	162.248,75	210.923,37	184.325,93	22.077,19	0,704225352	15547,31	0,699300699	15438,592
2	165.811,90	215.555,47	188.373,92	22.562,03	0,495933347	11189,26	0,489021468	11033,315
3	169.489,89	220.336,85	192.552,38	23.062,49	0,349248836	8054,55	0,341973055	7886,7498
4	174.394,45	226.712,79	198.124,30	23.729,85	0,245949884	5836,35	0,239141996	5674,8044
5	178.294,15	231.782,40	202.554,64	24.260,49	0,173204144	4202,02	0,167232165	4057,1335
						26,58		-712,32

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: AUTORA

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 42 + 1 \left(\frac{26,58}{738,90} \right) = 42,04$$

$$\begin{aligned} \text{Diferencias TIR} &= \frac{TIR \text{ PROYECTO} - NUEVA}{TIR} = \frac{72,51 - 42,04}{72,51} = 30,47 \\ \text{Porcentaje de variación} &= \frac{DIFERENCIA. TIR / TIR \text{ DEL PROYECTO}}{72,51} = \frac{30,47}{72,51} = 42,02 \end{aligned}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN / NUEVA TIR}}{=} = \frac{42,02}{42,04} = 0,99971$$

Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado por una disminución de los ingresos de hasta de un 12,61%.

h. CONCLUSIONES

De los resultados alcanzados en el presente estudio se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- En el Estudio de Mercado se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha de 284.791 servicios de Estética facial, por lo que el nuevo Centro tendría un amplio mercado por cubrir en la ciudad de Macará.
- En el Estudio Técnico se determinó que la capacidad instalada de la empresa es de 29.120 servicios, que representa el 10,23% de la demanda insatisfecha, se definió también que la capacidad utilizada para el primer año de vida útil es de 21.840 servicios, es decir el 75% de la capacidad instalada, además se definió que la localización óptima del centro estético facial será en la provincia de Loja, Cantón Macará y Ciudad de Macará, barrio central calles Camilo Ponce y Eugenio Espejo, finalmente se definieron la Distribución de la planta, los procesos y los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- En el Estudio Administrativo se caracterizó la normativa legal que regirá en la empresa **“NATURAL FACE” CIA. LTDA.**, así mismo se determinó la estructura y organización idónea para la institución.
- En el Estudio Financiero se estableció que la Inversión inicial será de \$41.019,41, que se financiará un 51% con el aporte de los accionistas y el 49% restante con un crédito en la Corporación Financiera Nacional por \$20.000 al 10,35% anual por 3 años, además para el primer año de vida útil del proyecto se generan unos costos totales de \$ 162.248,75, unos

ingresos de \$ 210.923,37 y finalmente se definió que los ingresos y la capacidad de la empresa superarán el Punto de Equilibrio calculado, por lo que el nuevo Centro Estético Facial generará ganancias significativas en cada año.

- En la Evaluación Económica se obtuvo un VAN de \$ 88.084,45, se determinó también una TIR de 72,51%, muy superior al 10,35% del costo de capital, además la inversión se recuperará en 1 año, 3 meses y 22 días, se definió así mismo, una Relación Beneficio-Costo de 1,30 y finalmente se concretó que el proyecto soportará hasta un incremento del 16,39% de los costos y una disminución de hasta el 12,61% de los ingresos; por lo que todos los resultados de la evaluación económica son positivos y favorables.

De acuerdo a los resultados obtenidos en todos los estudios, se puede concluir de forma general, que, es factible la creación **DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE MACARÁ.**

i. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones, se pudo definir también algunas recomendaciones, así:

- Desarrollar un plan de marketing para lograr el posicionamiento del Centro Estético facial “NATURAL FACE” en el mercado de la ciudad de Macará.
- Una vez que la empresa logre utilizar el 100% de su capacidad, se deberá incrementar la capacidad instalada con la adquisición de nuevos equipos y la ampliación del Recurso Humano.
- Luego de transcurrido los 5 años de vida útil del proyecto se deberá efectuar una nueva inversión para la creación de sucursales del centro estético en mercado estratégicos para que la empresa siga creciendo y desarrollándose.
- También, luego de transcurrido los 5 años de vida útil se tendrá que efectuar nuevos estudios de costos, gastos, ingresos y egresos; así como, evaluar económicamente la factibilidad de las nuevas inversiones a efectuarse.

Finalmente, por todos los resultados positivos logrados en cada uno de los estudios, se recomienda, se implemente el Centro Estético facial “NATURAL FACE” en la ciudad de Macará.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ASP. 1994. <http://www.iasp-pain.org>
- ✓ Baca Urbina. G.2001. Evaluación de Proyecto. 4ta. Ed. McGraw Hill. México.
- ✓ Breitner Leslie k. Contabilidad Financiera del Curso de MBA. Editorial Bresca, Barcelona 2010.
- ✓ Brennan, F. & Cousins, M. J. El alivio del dolor como un derecho humano. Rev. Soc. Esp. Del Dolor, 2005; 12, 17-23.
- ✓ Diccionario de Medicina Mosby. Editorial océano Barcelona. 4ta Edición
- ✓ Dr. Reinhard Sittl, Departamento de Anestesiología y Tratamiento del Dolor, Universidad de Eriangen-Nuremberg, Alemania
- ✓ Fine PG, et al. In: Ashburn MA, et al., editors. The Management of Pain. 1998.
- ✓ Fleitman Jack «Negocios Exitosos», de, McGraw-Hill, 2000
- ✓ FRED, David. Conceptos de Administración estratégica. Editorial Prentice Hall. Novena Edición. 2007
- ✓ Galer BS, et al. A clinical Guide to Neuropathic Pain. 2000
- ✓ Gerbershagen K, et al. Clin J Pain. 2009.
- ✓ Gordillo, A. V., Ramírez, B. A., Solís, V. G., Bautista, S. S. & Kassian, R. A. Causas de dolor crónico en la clínica del dolor del Hospital General de México. Rev. Dolor, Clínica y Terapia, 2004; 1: 15-23.

- ✓ Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (ILPES).1977. Guía para presentación de proyectos. 5ta Edición. Siglo Veintiuno Editores México.
- ✓ JARAMILLO, Oswaldo. Guía para la elaboración de Proyectos de Tesis de Grado, Loja 2008.
- ✓ Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial. Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador 2010
- ✓ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao.
- ✓ Portenoy RK, et al. Pain Management: Theory and Practice.
- ✓ Rafael de Zuani Elio.” Introducción a la Administración de organizaciones”, Editorial Maktub. 2003
- ✓ Rojas López Miguel David. Evaluación de Proyecto para ingenieros- Bogotá: 1era Edición 2007. Eco Ediciones 2007.
- ✓ Sapag Chain Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. Editorial McGraw-Hill. 5ta. Edición. México 2007.
- ✓ Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos de marketing, 13a Edición.

WEB-GRAFÍA

- ✓ [www.gaceta financiera.com](http://www.gaceta_financiera.com), Formulación de proyectos de inversión, 2004.
- ✓ www.leydecompañiasdelecuador.com
- ✓ www.promonegocios.net, Investigación de mercados, un enfoque práctico, 2da. Edic. Pág. 90 - 97

k. ANEXOS

Matriz del Proyecto

Anexo 1

FICHA RESUMEN

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”.

PROBLEMÁTICA

Por observación empírica del entorno, se llega a la conclusión que en la ciudad de Macará, no existe un centro estético facial que satisfaga las exigencias del usuario en cuanto a atención, calidad, presentación y precio.

Los productos sustitutos existentes no presentan las características de calidad, atención y presentación deseada por los consumidores y que puede ofrecer un nuevo centro de estética facial. Es fundamental satisfacer los requerimientos que impone el mercado, como los consumidores que, por carecer del tiempo, requieren de un establecimiento que garantice su presentación personal.

Se evidencia que un Centro de Estética Facial es una solución adecuada para la gran demanda existente en la ciudad de Macará, además de un servicio personalizado. La ciudad de Macará cuenta con condiciones favorables que permiten la inversión en un centro de esta naturaleza, ya que en Macara son casi inexistentes, sin embargo en el mercado encontramos

en gran parte la comercialización de estos servicios sin valor agregado o bien una demanda insatisfecha.

El inconveniente que se pretende solucionar con el desarrollo del presente estudio, es la ausencia de una empresa que ofrezca a los consumidores de la zona servicios de calidad en lo relacionado a la estética facial, que exista una excelente presentación y amplia disponibilidad; por lo tanto no se encuentra en el mercado local ningún tipo de empresas en este sentido en la ciudad de Macará.

Vista la necesidad se plantea el *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA.*, orientada a contribuir al desarrollo y aprovechamiento de la mano de obra propia del lugar y brindar servicios de excelente calidad a la población.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar un Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro Estético Facial, en la Ciudad de Macará, Cantón Macará, Provincia de Loja.

Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado con el fin de obtener bases necesarias para poder generar estrategias de (compra / venta); permitiendo a la futura empresa buscar competitividad, productividad y buenas utilidades.
- Buscar las mejores ofertas para consolidar un Centro Estético Facial, tratando de ofrecer servicios óptimos y rentables.
- Hacer el estudio Técnico que nos ayudara a determinar las instalaciones, maquinaria y distribución en planta más adecuada.
- Elaborar el estudio Organizacional y Administrativo para la creación del Centro Estético Facial, la empresa.
- Efectuar el estudio Financiero del Proyecto.
- Realizar la evaluación financiera del Proyecto para determinar la factibilidad del mismo

METODOLOGÍA

MATERIALES

Con la finalidad de efectuar el proceso investigativo de la forma más completa se tomó en consideración una serie de elementos, que facilitarán el desarrollo del estudio del proyecto, estos son:

- Computadora
- Calculadora
- Papel Bond A4
- Útiles de oficina (Esferográficos, borrador, lápiz, marcadores, cuadernos, minas)

- Material Bibliográfico (libros, revistas, periódicos)
- Impresora

Para el desarrollo del proyecto se empleará una serie de procedimientos lógicos, para la determinación de los objetivos de la investigación se tiene presente aspectos sobresalientes en lo referente a métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

MÉTODOS

Analítico: Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Este método se aplicará al analizar las necesidades de los clientes del centro facial que ofrezcan facilidades a estos.

Deductivo Consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal.

El método deductivo parte siempre de verdades generales y progresa por el razonamiento, buscando soluciones a los problemas, este método se utilizará para la determinación de la factibilidad del proyecto, tomando como referencia el mercado de este servicio para enfocarlo en un mercado delimitado a las necesidades de las personas hacerse atender en un centro facial de prestigio.

Inductivo: Revisando sus antecedentes e identificando el problema central. Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se

obtienen conclusiones o leyes que explican o relacionan los fenómenos estudiados.

En este caso este método se aplicará para conocer el mercado en el que se pretende desenvolver la nueva empresa, para lo que se aplica la técnica de la encuesta y entrevista a los diferentes involucrados en la comercialización de productos vegetales nutricionales.

Materiales como fuentes de Información

Fuentes Primarias

Encuesta: Esta herramienta se aplica a los posibles clientes, de manera que se pueda obtener información con respecto de los gustos y preferencias respecto de los productos que ofertaría la nueva empresa.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias serán la información obtenida de diversos recursos, tanto impresos como digitales, sean estos libros, revistas, enciclopedias, textos, manuales, periódicos, etc., y para los elementos digitales información obtenida de la World Wide Web (WWW), páginas web, sitios, videos, publrreportajes, etc.

El Internet es una de las herramientas más importantes donde se puede obtener datos sobre los involucrados en el tema del presente estudio, pues se puede acceder a información con respecto del mercado de consumo que serían los supermercados, también del tipo de tecnología que actualmente se utiliza de manera que se puede conocer el grado de especialización del

personal que necesitaría la empresa, además de la competencia existente dentro del mercado.

PROYECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población estudiada para la presente investigación corresponderá a las mujeres de la ciudad de Macará mayores de edad, que les gusta verse bien físicamente y estéticamente y que constituye la base de datos

Según el INEC la población de mujeres de Macará en el año 2010 es de 7771, menos el 60 % de mujeres menores de edad (menos de 12 años), mujeres ancianas y mujeres del área rural, dato que se aplica para la fórmula de proyección de la demanda para el año 2016, con una tasa de crecimiento del PEA 0,80%, Obteniendo como resultado, 3108 mujeres serán el universo de estudio.

Formula: $Pf_{2016} = Pa (1 + i)^n$

Pf = Población futura

Pa = Población actual

I= Tasa de crecimiento

n = años a proyectar

$$= 3108(1+0.0080)^6$$

$$= 3260, 19$$

$$Pf_{2016} = 3260 \text{ mujeres de la ciudad de Macará}$$

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la Muestra

N= 3260 Población Mujeres de Macará

e = 5% margen de error

$$n = \frac{3260}{1 + (0.05)^2} = 356,28$$

Tamaño de la muestra = 356 encuestas para aplicar

Las 356 encuestas se distribuirán en la ciudad de Macará de la siguiente manera.

DISTRIBUCION DE LAS ENCUESTAS PARA LA POBLACIÓN DE MUJERES DE LA CIUDAD DE MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA.

GRUPOS DE EDAD DE LAS MUJERES	HABITANTES %	ENCUESTADAS
15 a 30 años	35%	125
31 a 45 años	40%	142
46 y más	25%	72
TOTAL ENCUESTADAS		356

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Marilú Gualán Oviedo

ANEXO 2

INSTRUMENTOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas me encuentro realizando un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”**, para lo cual le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce usted los centros estéticos faciales?

SI () NO ()

2. ¿Ha requerido usted de los servicios de un centro estético facial?

SI () NO ()

3. ¿Por qué prefiere utilizar los servicios de un centro estético facial?

Relajación ()

Estética ()

Curarse de enfermedades ()

4. ¿Trimestralmente, Cuántas veces ha requerido de los servicios de un centro estético facial?

1 - 2 ()

3 - 4 ()

5 - 6 ()

7 - 8 ()

5. ¿Si se implementara en la ciudad de Macará un centro estético facial, estaría usted dispuesto(a) a utilizar los servicios del mismo, si le ofreciera calidad y precios bajos?

SI () NO ()

6. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el nuevo centro estético facial? Marque una opción.

Limpieza Facial ()

Depilación Facial ()

Masajes Faciales ()

Otros ()

7. ¿Qué precios estaría Usted dispuesto a pagar los servicios de Estética Facial ofrecidos por el nuevo centro especializado?

Limpieza Facial

\$ 1 a \$ 15 ()

\$16 a \$ 30 ()

\$ 31 a \$ 45 ()

Depilación Facial

1 a 5 ()

6 a 10 ()

11 a 15 ()

Masaje Facial

1 a 7 ()

8 a 14 ()

15 a 21 ()

8. ¿En que parroquia de la ciudad de Macará le gustaría que esté ubicado el nuevo centro estético facial?

Centro ()

Sector norte ()

Sector Sur ()

9. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer los beneficios de los servicios ofrecidos por el nuevo centro estético?

TV ()

Radio ()

Hojas Volantes ()

Página Web ()

Redes sociales ()

10. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría que el nuevo centro de estética facial ofrezca a sus clientes? Escoja una opción.

Obsequio Suvenir promocional ()

Obsequio de Toalla facial con logo ()

Obsequio Crema facial pequeña ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS CENTROS ESTÉTICOS (OFERTA)



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como Egresada de la Carrera de Administración de Empresas me encuentro realizando un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL, EN LA CIUDAD DE MACARÁ, CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”**, para lo cual le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Qué servicios ofrece su centro estético facial a los clientes?

Limpieza facial ()

Depilaciones ()

Masajes faciales ()

Peeling con cristales ()

Fango Terapia ()

Otros Servicios ()

2. ¿Qué servicios son los más utilizados por su clientela?

Limpieza facial ()

Depilaciones ()

Masajes faciales ()

Peeling con cristales ()

Fango Terapia ()

Otros Servicios ()

3. ¿Cuál es el valor que cobra por los servicios que ofrece su centro estético facial?

Limpieza Facial:.....

Depilación Facial:.....

Masaje Facial:.....

4. ¿Qué cantidad de servicios de limpieza facial, depilaciones y masajes faciales atiende diariamente en su centro estético facial?

Limpieza Facial:.....

Depilación Facial:.....

Masaje Facial:.....

5. ¿Qué medios de comunicación utiliza para ofertar los servicios del centro estético facial?

TV ()

Radio ()

Hojas Volantes ()

Página Web ()

Redes sociales ()

6. ¿Qué promociones utiliza para ofertar sus servicios a los clientes?

Suvenir Promocional ()

Descuentos ()

Productos promocionales gratis ()

Ninguna ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
MARCO REFERENCIAL.....	11
MARCO CONCEPTUAL	16
e. MATERIALES Y MÉTODOS	37
MATERIALES	37
MÉTODOS.....	38
TÉCNICAS.....	39
PROYECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
DISTRIBUCION DE LAS ENCUESTAS	41
f. RESULTADOS.....	42
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS POTENCIALES DEMANDANTES	42
RESULTADO DE LA ENCUESTA PARA LOS CENTROS ESTÉTICOS FACIAL (OFERTA) DE LA CIUDAD DE MACARÁ.....	54
g. DISCUSIÓN.....	64
ESTUDIO DE MERCADO	64
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	70
ESTUDIO TÉCNICO	76
INGENIERÍA DEL PROYECTO	86
ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	108

MANUAL DE FUNCIONES.....	122
ESTUDIO FINANCIERO.....	129
h. CONCLUSIONES	174
i. RECOMENDACIONES	176
j. BIBLIOGRAFÍA	177
k. ANEXOS.....	179
Anexo 1	179
ANEXO 2.....	186
ÍNDICE	191