



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO  
FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

Tesis previa a la obtención  
del grado de Ingeniera  
Comercial.

## **AUTORA:**

**ANDREA FERNANDA BETANCOURT MORENO**

## **DIRECTOR:**

**Ing. EDISON ESPINOSA BAILÓN Mg.Sc.**

**CUENCA-ECUADOR**

**2015**

# **CERTIFICACIÓN**

Ing. EDISON ESPINOSA BAILÓN Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

## **CERTIFICA:**

Que la presente tesis de grado, realizada por la egresada Andrea Fernanda Betancourt Moreno, ha sido dirigido y revisado en todo su proceso investigativo; cumpliendo con las disposiciones emanadas por la Universidad Nacional de Loja, razón por la cual se autoriza su presentación.

Loja, Febrero de 2015



Ing. EDISON ESPINOSA BAILÓN Mg. Sc.

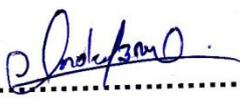
DIRECTOR DE TESIS

# **AUTORÍA**

Yo, Andrea Fernanda Betancourt Moreno declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Autora: Andrea Fernanda Betancourt Moreno**

Firma: ..... 

**Cédula: 1104720931**

**Fecha: Loja, Febrero del 2015**

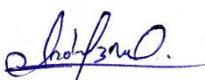
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **Andrea Fernanda Betancourt Moreno**, declaro ser autor(a) de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**, como requisito para optar al grado 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 de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio con 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 12 días del mes de Febrero del 2015, firma la autora.

**Firma:** 

**Autora:** Andrea Fernanda Betancourt Moreno

**Cédula:** 1104720931

**Dirección:** Cuenca, Avenida Américas y Cristóbal Ojeda

**Correo electrónico:** andreaafb1987@hotmail.com

**Teléfono Celular:** 0997977013

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Edison Espinosa Bailón. Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing. Carmen Cevallos Cueva

Dr. Luis Quizhpe Salinas

Ing. Galo Salcedo López

Presidenta

Vocal

Vocal

# ***DEDICATORIA***

En primer lugar a Dios, inmaculado ser, que me da salud y vida y me dio la oportunidad de ser madre, esposa, hija, amiga y profesional, sin él esto no se hubiera hecho realidad.

A mi Madre, Sra. Mercy Betancourt Moreno y a mi tía Sra. Deysi Betancourt , quienes me dieron la educación, me enseñaron a amar, a superar las dificultades cuando la vida se encargaba de ponerme pruebas muy duras; y a luchar por mis ideales; por lo que hoy veo cristalizados uno más de mis anhelos.

A mi esposo Bladimir Salazar y a mi precioso hijo Andrés Salazar Betancourt, que siempre estuvieron a mi lado, brindándome su amor, cariño y comprensión y que muchas de las veces sacrificaron su tiempo; porque este trabajo requería de horas de desvelo, los amo con todo mi corazón.

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

*Andrea Fernanda Betancourt Moreno*

# **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, por abrirme sus puertas, para culminar mis estudios superiores, a la MED (Modalidad de Estudios a distancia) por darnos la oportunidad y las facilidades de poder llevar a cabo nuestros estudios, a la carrera de Administración de Empresas, al Coordinador de la carrera y al personal docente por la paciencia, apoyo y conocimientos brindados durante los 10 semestres que duro la carrera.

De manera especial al Ing. Edison Espinosa Bailón, por su dedicación y guía durante el desarrollo de la presente tesis; permitiendo culminar una meta más en mi vida.

Finalmente agradezco a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, con su motivación he logrado conseguir una nueva meta en mi vida profesional.

**LA AUTORA**

## **a. TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

## ***b. RESUMEN***

El presente trabajo investigativo, se realizó en la ciudad de Cuenca; 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 398 mujeres de la PEA de la ciudad de Cuenca y 12 encuestas a las empresas que ofrecen servicios similares, pudiéndose determinar que existe una demanda efectiva de 351.751 servicios de estética facial; en cuanto a la oferta se cuenta con 66.960 servicios de estética facial para el primer año, lo que no es

suficiente por cuanto existe una demanda insatisfecha de 284.791 servicios de estética facial.

Dentro del estudio técnico se pudo calcular la capacidad instalada que será de 29.120 y una capacidad utilizada de 21.840 para el primer año. También se pudo determinar la macro y microlocalización 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 Azuay, Cantón y Ciudad de Cuenca, parroquia Totoracocha, en la calles Los Andes y Buerán.

En el estudio organizacional se determinó la constitución de la empresa, la misma que tendrá como razón social "BEAUTY SPA" 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 siete 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 la Corporación Financiera Nacional de \$20.000 a tres 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 los \$ 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 mes 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 conclusión de que sí es factible la creación e implementación de un Centro Estético Facial en la ciudad de Cuenca.

## **ABSTRACT**

This research work was conducted in the city of Cuenca; in order to verify the feasibility of implementing a Facial Aesthetic Center.

The study focused to leverage existing imaging needs and relax at present, trying to make users feel good and improve their personal image.

In the market there are similar centers that aim to create, yet they are not specialized in facial aesthetics; but rather are constituted as general services Spas picture and relax, which for the new company a competitive advantage.

To perform the study, we used several methods such as scientific, analytical, deductive and inductive techniques such as direct observation, interview and survey them that allowed us to gather relevant information for this project.

First market study which basically apply the survey to 398 people in the PEA of the city of Cuenca and 12 surveys companies offering services similar to ours in the said city was made, and demonstrate that there is an effective demand for 351.751 facial cosmetic services; on the supply side we have the amount of 66,960 facial cosmetic services for the first year, which is not sufficient as there is an unmet demand for services 284.791 facial aesthetics.

Within the technical study we were able to calculate the installed capacity will be 29,120 and 21,840 capacity utilization for the first year. Was also possible to determine the macro and micro localization of the company, because we see that there is availability of raw materials, ease of access for consumers, ease of

transportation, utilities, infrastructure, market among others, determined so location more pro is the province of Azuay, Canton and City of Cuenca, Totoracocha parish in Los Andes and Buerán streets.

In the organizational study determined the constitution of the company, which will have the same social reason "BEAUTY SPA" CIA. LTDA., And will be limited liability, staff working in the administrative part will be a General Manager, a Lawyer, a Secretariat-Contadina, and in the operative part will feature a seven Auxiliary Cosmetologist Cosmetologists, they be identified in the structural and functional organization, also receiving the manual functions.

The financial study allowed us to determine that the implementation of the company is advisable. As the total investment for this project is \$ 41.019,41 US dollars to be financed with 51% contributed by the shareholders and 49% with credit in the National Financial Corporation \$ 20,000 three-year term with an interest rate of 10.35% per annum for the first year plus the total cost will be \$162.248,75 revenues reached the \$ 210.923,37, reaching obtain a net profit of \$27.927,07.

In the economic assessment a NPV of \$ 88.084,45 was determined, was also obtained an IRR of 72.51%, much higher than the 10.35% interest bank loan, investment also recovered in 1 year, 3 months and 22 days, was determined likewise a Short-benefit ratio of 1.30 and finally determined that the project will support up to a 16.39% increase in costs and a decrease to 12.61% of revenues. The analysis in the development of each of the phases of this project, allowed

concluding that if the creation and implementation of a Facial Aesthetic Center in the city of Cuenca is feasible.

## **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 Cuenca, 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 Cuenca.

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 "BEAUTY SPA" 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.

Luego de haber desarrollado cada estudio, se pudo llegar a las conclusiones y recomendaciones, las mismas que se crearon a partir del análisis de resultados, discusión de los mismos y los diferentes conceptos que se trataron a lo largo del proceso de investigación.

# ***d. REVISIÓN DE LITERATURA***

## **Marco Referencial**

### **ESTÉTICA FACIAL <sup>1</sup>**

#### **El concepto de estética**

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.

Percepción subjetiva personal que provoca sentimiento de placer o agrado. En el fondo, reside en el ojo del observador y es imposible formular un concepto objetivo de belleza que tenga carácter universal.

---

<sup>1</sup> M. Rodríguez, M.E. Rodríguez, E. Barbería, J. Durán, M. Muñoz, V. Vera. Revista Ortodoncia Clínica, Evolución histórica de los conceptos de belleza facial, año 2000, pág. 156-163.

El Webster's Third New Internacional Dictionary la define como apreciación de respuesta a, o interés acerca de la belleza; tener sentido de lo bello o una cultura acerca de lo bello.

Cada individuo tiene ese sentido; la expresión, interpretación y experiencia lo hacen original. Está influida por la cultura y la propia imagen. Implica todas las consideraciones sobre la belleza y el arte. El sentido de la belleza está íntimamente ligado a las proporciones de las cosas.

La vida en la edad de piedra era extraordinariamente dura. Desgraciadamente no había demasiado tiempo para prestar atención a la belleza, pues tenían suficiente con sobrevivir. Hace 35.000 años, en el paleolítico, el hombre comienza a desarrollar su sentido de lo bello, pues la supervivencia empieza a hacerse menos ardua. Este despertar a la sensibilidad tiene su representación en el arte primitivo, pinturas, figuras y representaciones.

No fue hasta el desarrollo de la cultura en el Valle del Nilo, hace 5.000 años, cuando se considera con atención ciertos cánones que representaban el tipo ideal de belleza, armonía y proporción que han quedado reflejados en los monumentos, las pinturas y las tumbas de la época.

La cultura griega es la primera en recoger el gusto estético de la época, la preocupación intelectual por analizar el sentido de la armonía y la proporción de las dimensiones. Fueron los filósofos griegos los que introdujeron el término estética y lo aplicaron al estudio de las razones por las que la persona o el objeto, resultaban bellos o agradables a la vista. Describieron las primeras leyes

geométricas que debían ser respetadas para que la armonía de la línea y el equilibrio de proporciones provocaran una sensación satisfactoria en el observador, estableciendo unos cánones de belleza que aún seguimos aplicando como guías firmes reguladoras de la estética, esenciales para poder alcanzar la armonía.

Los romanos tenían un concepto de la estética muy influenciado por los artistas y filósofos griegos. Se limitaron a copiar las obras y las ideas de los griegos, sin añadir nuevos conceptos.

La oscuridad de la época medieval silenció el valor de la estética; que volvió a tener pujanza acrecentada en el Renacimiento. La obra de Miguel Ángel está muy identificada con la tradición griega y romana, caracterizándose por la naturalidad y la proporcionalidad.

En los siglos XIX y XX, coincidiendo con el advenimiento de todas las técnicas audiovisuales (fotografía, cine, televisión) se produce una revolución en los criterios estéticos.

### **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 subculturales 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

## MARCO CONCEPTUAL

### GENERALIDADES<sup>2</sup>

**Empresa.-** Grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo, se producen bienes y los servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

**Empresario.-** 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 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 la 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.

---

<sup>2</sup>BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición McGraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

## **PROYECTO DE INVERSIÓN<sup>3</sup>**

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de la persona. Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacerse a través de una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse. Un proyecto puede ser viable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.

## **ESTUDIO DE MERCADO<sup>4</sup>**

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

### **Objetivos**

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con la empresa.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.

---

<sup>3</sup>BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición McGraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

<sup>4</sup>BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición McGraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución etc.

### **Comportamiento del mercado**

Un mercado se confluyen productores y consumidores para realizar intercambios de compra venta.

Para conocer el comportamiento de mercado, es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

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

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

### **Análisis de la demanda (clientes)**

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

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

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

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

### **Demanda potencial**

Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto la totalidad del mercado. Ejemplo: Consumo de cereales

### **Demanda real**

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

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

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

### **Demanda efectiva**

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo efectivamente a una determinada empresa u ofertante.

### **Demanda insatisfecha**

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

### **Análisis de la oferta (competencia)**

**Definición.-** Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que los adquieran.

Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quiénes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

## Plan de comercialización<sup>5</sup>

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

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

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción y
- Posventa

## ESTUDIO TÉCNICO<sup>6</sup>

**Definición.-** Determina los requerimientos empresariales en función de Tamaño y Localización de la infraestructura física, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humano.

---

<sup>5</sup> BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 1971.

<sup>6</sup> JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

## **Tamaño de la Planta**

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

## **Localización de la Planta**

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

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

## **Ingeniería del proyecto<sup>7</sup>**

El estudio de la Ingeniería del Proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos disponibles para la producción.

En el Estudio de Ingeniería se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

### *1. Estudio del producto*

- Presentación, embalaje, normas de calidad
- Características, usos

---

<sup>7</sup> JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

## 2. *Estudio del proceso*

- Selección del proceso
- Descripción del proceso
- Disponibilidad de tecnología

## 3. *Estudio de los insumos*

- Materias primas principales
- Materiales indirectos
- Mano de obra

## 4. *Estudio de las instalaciones*

- Materia y equipo
- Distribución de planta y edificio
- Instalaciones principales y auxiliares
- Montaje y cronograma

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO<sup>8</sup>**

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

---

<sup>8</sup>VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era Ed., Quito-Ecuador., 1985.

### **Organización legal**

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por Acciones, aunque en la actualidad las comanditas se encuentren en desuso.

### **Organización administrativa**

La organización se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar 3 componentes básicos.

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

### **Niveles Administrativos**

- 1) Nivel Legislativo – Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel operativo
- 5) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 6) Nivel descentralizado

## **Manual de funciones**

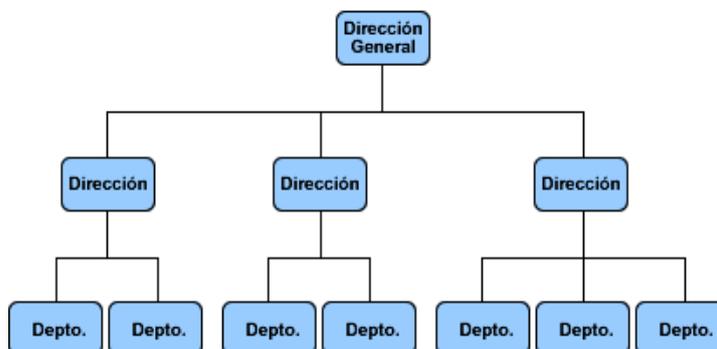
El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.

## **ORGANIGRAMAS:**

Los Organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica y funcional de todas las unidades que integran la organización la organización indicando sus aspectos más importantes como son las relaciones jerárquicas, de comunicación y de coordinación. También indican sus funciones, las relaciones entre las unidades, los puestos, desde el mayor hasta el menor

**POR SU ÁMBITO:** Este grupo se divide en dos *tipos de organigramas*:

- **Generales:** Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina.

**Grafico 1:** Organigramas Generales

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

- **Específicos:** Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización.

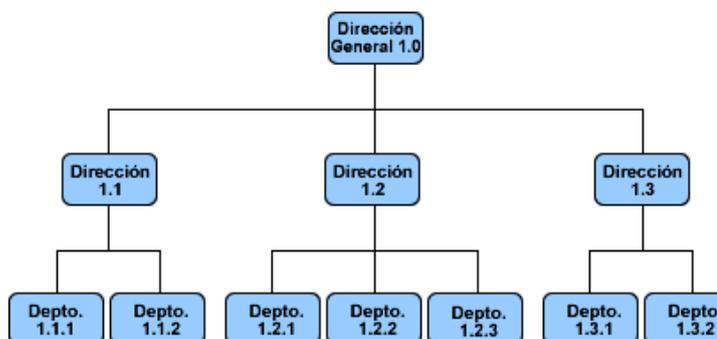
**Grafico 2:** Organigramas Específicos

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**POR SU CONTENIDO:** Este grupo se divide en tres *tipos de organigramas*:

- **Integrales:** Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes.

**Grafico 3: Organigramas Integrales**

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

- **Funcionales:** Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

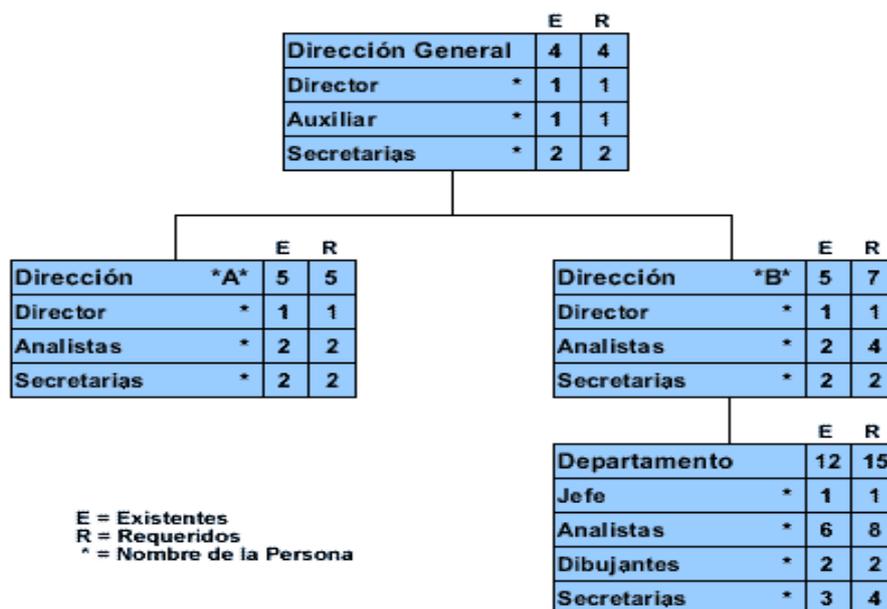
**Grafico 4: Organigramas Funcionales**

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

- **De puestos, plazas y unidades:** Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.

**Grafico 5:** Organigramas de puestos, plazas y unidades



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaboración:** La Autora

## ESTUDIO FINANCIERO<sup>9</sup>

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

<sup>9</sup>Fernando Maldonado Arias "FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Universidad de Cuenca.

## Inversión y financiamiento <sup>16</sup>

### Inversión

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

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

- Activo fijo
- Activo diferido
- Activo circulante o Capital de Trabajo

### Financiamiento

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

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

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

## **Análisis de costos**

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

- a.- Costo de fabricación
- b.- Costo de operación

### **Costo de fabricación**

Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

#### **a.- Costo Primo**

Comprende:

- Materia Prima Directa
- Mano de Obra Directa

#### **b.- Costos Generales de Fabricación**

Comprende:

- Mano de Obra Indirecta
- Materia Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

## **Elaboración de presupuestos<sup>10</sup>**

El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado período de tiempo.

### **Presupuesto de Ingresos**

Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida útil de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto de años

### **Presupuesto de Costos**

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

### **Estado de Pérdidas o Ganancias**

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

El Estado de Pérdidas o Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad y la pérdida durante un período económico.

---

<sup>10</sup>Fernando Maldonado Arias "FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Universidad de Cuenca.

## Ingresos

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

## Egresos

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gasto de Producción, Gastos de Operaciones y Gastos Financieros.

## Determinación del Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

**Costos fijos** son aquellos que son independientes del volumen de producción.

**Costos variables** son los que varían directamente con el volumen de producción.

El punto de equilibrio se puede calcular en forma gráfica, tal como aparece en la siguiente figura, o en forma matemática, como se describe a continuación.

En función del volumen de ventas

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costos\ fijos\ totales}{1 - \frac{costos\ variables\ totales}{volumen\ total\ de\ ventas}}$$

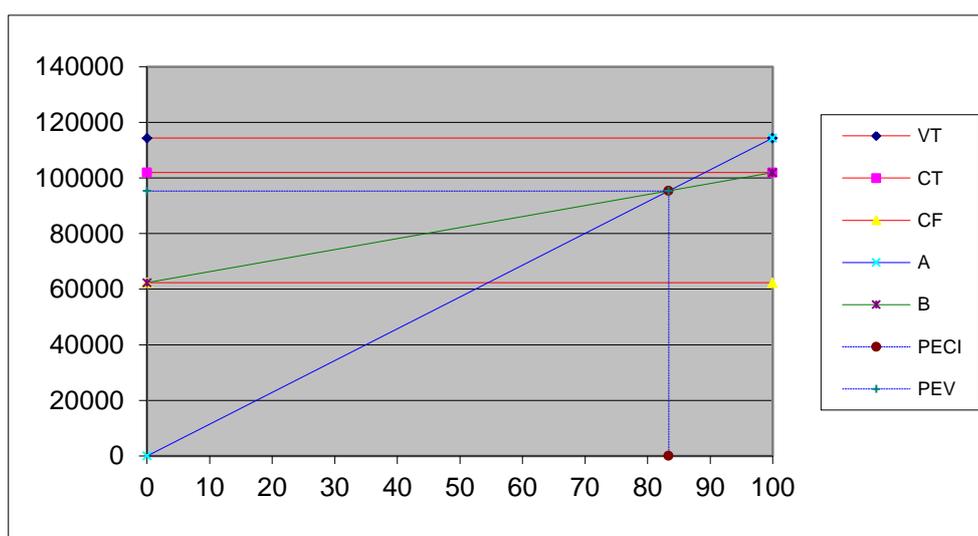
En función de la capacidad instalada

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costos\ fijos\ totales}{Ventas\ totales - Costo\ variable\ total} \times 100$$

## Representación Gráfica del Punto de Equilibrio

Una vez determinado el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada se lo representa gráficamente de la siguiente manera:

**Gráfico 6:** Punto de Equilibrio expresado gráficamente



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

## EVALUACIÓN FINANCIERA<sup>11</sup>

Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos, para proyectarlos en los criterios más utilizados como son:

<sup>11</sup>Fernando Maldonado Arias "FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Universidad de Cuenca.

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Período de Recuperación de Capital

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

### **Flujo de Caja**

Representa el movimiento neto de caja durante cierto período que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos los requerimientos de efectivo para el proyecto.

Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos y egresos reales y efectivos, es decir aquellos que se producen por movimientos de dinero entre la empresa y el exterior.

### **Valor Actual Neto**

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

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

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

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

### **Fórmula para obtener el VAN.**

$$\text{VAN} = \sum \frac{\text{FNC}}{(1+i)^n} - I$$

$$(1+i)^{-1}$$

$$\text{VAN} = \text{FNC} (1+i)^{-n}$$

**VAN** = Valor actual neto.

**FNC** = Flujo Neto de Caja.

**I** = Tasa de Interés,

**N** = Número de periodos,

**FA** = Factor de actualización. Y su fórmula es:

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

**V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto - Inversión**

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

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

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

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

### **Fórmula para obtener la TIR.**

$$\text{TIR} = \text{TASA MENOR} + \text{DIFERENCIA DE TASA} \left( \frac{\text{VAN TASA MENOR}}{\text{VAN MENOR} + \text{VAN MAYOR}} \right)$$

### **Relación Beneficio Costo (RCB)**

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

$B/C > 1$  Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$  Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto.

**Su fórmula es:**

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

### **Periodo de Recuperación de la Inversión**

Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial. Comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto.

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

### **Análisis de Sensibilidad**

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del Proyecto ante las alteraciones futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

Se refiere a la medición de las variaciones de la rentabilidad, así como a la evaluación comparativa entre los resultados obtenidos, de manera tal, que pueda determinarse un indicador que permita conocer cuál es el factor que más afecta o condiciona la rentabilidad de la inversión.

**Fórmulas:**

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES.**

Para fortalecer el desarrollo del presente proyecto se utilizó un conjunto de procedimientos lógicos, considerando los aspectos más relevantes en lo que a métodos, técnicas e instrumentos investigativos se refiere para lograr los objetivos de la investigación.

#### **Materiales utilizados**

Para elaborar este proyecto de tesis se ha requerido de los siguientes recursos:

#### **Recurso Humano**

- **Director de Tesis:** Ing. Edison Espinosa.
- **Autora:** Andrea Fernanda Betancourt Moreno

#### **Recursos Materiales**

- Documentos Impresos.
- Útiles de Oficina.
- Impresiones y copias
- Anillados y empastados
- Varios

## MÉTODOS

Como parte elemental de la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

**Científico:** Este método permite observar, extractar, concluir y confrontar el tema, además de analizar el problema formulado, así como llegar a la meta propuesta y al cumplimiento de los objetivos planteados, y posee varios métodos auxiliares los cuales se utilizaron durante todo el proceso de investigación, y son:

- **Deductivo:** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquel que parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

La utilización de este método permitió aplicar los conceptos teóricos de varios autores de la temática de proyectos de inversión en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero de la investigación que permitió determinar la factibilidad de crear un centro estético facial en la ciudad de Cuenca.

- **Inductivo:** La inducción va de lo particular a lo general. Se emplea el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares se obtienen proposiciones generales, o sea, es aquel que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos

particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

Se utilizó este método para en base a las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de factibilidad para la creación de un centro estético facial para la ciudad de Cuenca, llegar a definir conclusiones y recomendaciones que pueden ser utilizadas para futuras investigaciones similares.

- **Método Analítico.-** Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.

Este método se utilizó luego de aplicar las encuestas y entrevista para el análisis e interpretación del resultado de las mismas.

- **Método Histórico.-** Permitió recolectar información relacionada a la revisión histórica de los referentes necesarios que facilitaron entender la problemática planteada y proponer los Estudios planteados.

A este método se lo utilizó para obtener datos históricos de la población y de las empresas, para determinar el tamaño de la muestra y para realizar las proyecciones poblacionales.

- **Método Matemático.-** Las operaciones matemáticas fueron utilizadas en el Estudio de Mercado al hacer las proyecciones de ventas, de igual forma para calcular el tiempo de los servicios, en la elaboración de presupuestos y

estados financieros. También fue necesario en la Evaluación Financiera al momento de determinar el factor de actualización, y la aplicación del mismo a los flujos de los diferentes años para aplicar los diferentes criterios de evaluación.

- **Método Sintético.**- Su aplicación estuvo presente (sistematización, valuación, procesamiento, evaluación y recuperación) durante todo el análisis de los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo, Financiero y Evaluación Económica.

Esta metodología fue de gran utilidad en la redacción y presentación de algunos elementos de investigación académica formulados en el resumen, introducción, discusión, conclusiones y recomendaciones del informe.

## **TÉCNICAS**

- **Observación Directa.**- Se trata de un procedimiento utilizado en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos, la observación es una técnica dedicada a ver y oír hechos y fenómenos que se desean estudiar, con la observación directa se estableció la localización de la empresa.

Esta técnica permitió conocer cómo se lleva a cabo en la actualidad el proceso de servicio de estética facial en la ciudad de Cuenca, pudiendo determinar los aspectos positivos para mejorarlos y los negativos para disminuirlos con el desarrollo del proyecto de inversión.

- **Técnica de la Encuesta.**- Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opciones impersonales interesan al investigador. Para ello, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Esta técnica se aplicó a los potenciales demandantes y a los oferentes para construir principalmente el Estudio de Mercado.

## **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

El tamaño de la muestra para los potenciales demandantes se lo determinó tomando como base la población económicamente activa femenina de la ciudad de Cuenca, y para los oferentes se consideró el número de centros de estética similares al que se pretende crear, existentes en la mencionada urbe, así:

Nuestro universo lo constituye la PEA de la ciudad de Cuenca; ya que es el mercado meta para los servicios estéticos faciales.

En la ciudad de Cuenca existen, al año 2010, 72.079 mujeres económicamente activas, esto según estudio de indicadores laborales realizado por el INEC.

Una vez obtenido la PEA femenina del 2010, proyectamos esta población al año 2014, con la tasa de crecimiento, que para este caso es de 1,9% anual, así:

**Fórmula de Proyección:**

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

**En donde:**

**PF=** Población futura

**Po=** Población original o base

**i=** tasa de crecimiento

**n=** Número de años o periodos a proyectar

**Cálculo de la Población de la PEA femenina del año 2014:**

$$Pf_{2014} = 72.079 (1+0.019)^4$$

$$Pf_{2014} = 77.715$$

Luego de que se tuvo la PEA femenina de la ciudad de Cuenca en el año 2014 se procedió a calcular el tamaño de la muestra de la siguiente manera:

**Fórmula:**

$$m = \frac{N}{1 + e^2N}$$

En donde:

**m=** tamaño de la muestra

**N**= población o universo a estudiarse

**e**= margen de error 5%

$$m = \frac{77.715}{1 + 0,05^2 (77.715)}$$

$$m = 398$$

Se aplicaron entonces 398 encuestas a la PEA femenina de la ciudad de Cuenca.

Para los ofertantes se tomó como referencia la información de la Base de datos del Censo Nacional Económico del INEC del año 2010, la cual nos dice que en la referida urbe existen 17 establecimientos que brindan servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza, con lo cual al constatar directamente en la referida urbe se determinó que de estos, solamente 12 prestan los servicios de estética facial.

Se aplicaron entonces 12 encuestas a los establecimientos que brindan servicios de estética facial en la ciudad de Cuenca.

# f. RESULTADOS

## RESULTADO DE LAS ENCUESTAS A LOS POTENCIALES DEMANDANTES

### 1. ¿Conoce usted los centros estéticos faciales?

**Cuadro 1:**  
**Conocimiento de centros estéticos faciales**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	318	79,90%
No	80	20,10%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



#### Análisis e interpretación:

El 80% de las personas encuestadas conocen los centros estéticos faciales, mientras que el 20% de ellas no saben de ellos. Lo que significa que tenemos un buen mercado donde ingresar y posicionarnos.

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

**Cuadro 2:**  
**Uso de los centros estéticos faciales**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	204	64,15%
No	114	35,85%
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



### **Análisis e interpretación:**

La gran mayoría de encuestados, ha utilizado algún servicio de estética facial (64%), mientras que una pequeña parte no lo ha hecho (36%). Lo que nos da una idea de la demanda real que tendría el nuevo centro.

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

**Cuadro 3:**

**Preferencia por servicios estéticos faciales**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Relajación	119	58,33%
Estética	61	29,90%
Curarse de enfermedades	24	11,76%
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



#### **Análisis e interpretación:**

Vemos que un 58% de los encuestados prefiere acudir a un centro de estética facial por relax, mientras que el 30% lo hace por estética y un 12% por salud, lo que nos indica que la razón principal de uso de los centros estéticos es el relax.

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

**Cuadro 4:**  
**Frecuencia de uso trimestral de los servicios de estética facial**

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 – 2	142	69,61%
3 – 4	48	23,53%
5 – 6	11	5,39%
7 – 8	3	1,47%
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



**Análisis e interpretación:**

En esta pregunta se estipula que el 70% de los encuestados acuden trimestralmente a un centro de estética facial de 1 a 2 veces, el 24% lo hace de 3 a 4 veces, el 5% de 5 a 6 veces y el 1% lo efectúa de 7 a 8 veces. Por lo que se avizora una gran demanda real de los servicios del nuevo centro de estética facial.

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

**Cuadro 5:**  
**Preferencia por el nuevo centro de estética facial**

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	198	97,06%
NO	6	2,94%
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



#### **Análisis e interpretación:**

Se determina que a la mayoría de encuestados (97%) le gustaría hacer uso de los servicios ofrecidos por el nuevo centro de estética facial, mientras que solamente el 3% no lo haría, por lo que se visualiza una amplia demanda efectiva.

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

Marque una opción.

**Cuadro 6:**  
**Servicios de estética facial preferidos**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Limpieza facial	90	45,45%
Depilaciones	45	22,73%
Masajes faciales	63	31,82%
Otros	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>198</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



### **Análisis e interpretación:**

Los servicios preferidos por los encuestados serían la Limpieza Facial (45%), los Masajes Faciales (32%) y las Depilaciones (23%), por lo que estos se constituirían en los servicios ofrecidos por el nuevo centro de estética facial.

## 7. ¿Qué precios paga Usted por los servicios de Estetica Facial requeridos?

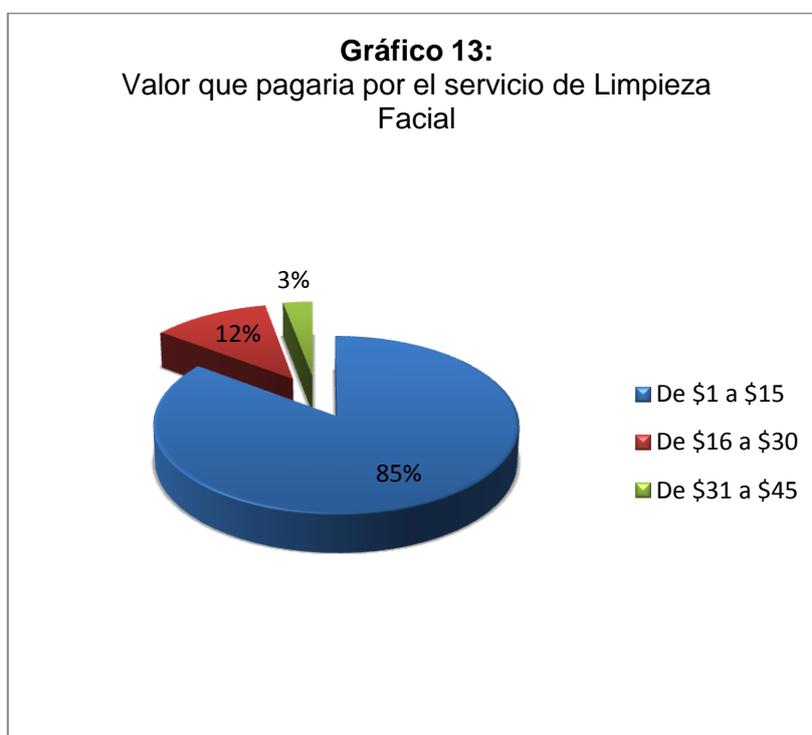
**Cuadro 7:**

**Valor que paga por el servicio de Limpieza Facial**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De \$1 a \$15	58	85,29%
De \$16 a \$30	8	11,76%
De \$31 a \$45	2	2,94%
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



### **Análisis e interpretación:**

Se puede observar que el 85% de los encuestados pagan por el servicio de Limpieza Facial de \$1 a \$15, el 12% paga de \$16 a \$30 y el 3% de \$31 a \$45. Por lo que el precio ofertado por este servicio debería estar de entre \$1 a \$15.

**Cuadro 8:****Valor que paga por el servicio de Depilaciones**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1 a \$5	56	87,50%
\$6 a \$10	7	10,94%
\$11 a \$15	1	1,56%
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora

**Análisis e interpretación:**

Se puede observar que el 87% de los encuestados pagan por el servicio de Depilación Facial de \$1 a \$5, el 11% paga de \$6 a \$10 y el 2% de \$11 a \$15. Por lo que el precio ofertado por este servicio debería estar de entre \$1 a \$5.

**Cuadro 9:****Valor que paga por el servicio de Masajes faciales**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1 a \$7	58	87,88%
\$8 a \$14	7	10,61%
\$15 a \$21	1	1,52%
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora

**Análisis e interpretación:**

Se puede observar que el 88% de los encuestados pagan por el servicio de masaje Facial de \$1 a \$7, el 11% paga de \$8 a \$14 y el 1% de \$15 a \$21. Por lo que el precio ofertado por este servicio debería estar de entre \$1 a \$7.

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

**Cuadro 10:**  
**Ubicación preferida del centro estético**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Cañaribamba	51	25,76%
Totoracocha	82	41,41%
Yanuncay	65	32,83%
<b>TOTAL</b>	<b>198</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



**Análisis e interpretación:**

Al 41% de los encuestados les gustaría que el nuevo centro estético este ubicado en la parroquia Totoracocha, al 33% le agradaría en la parroquia Yanuncay y al 26% en el sector e Cañaribamba. Por lo que la nueva empresa debería ubicarse en la parroquia Totoracocha.

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

**Cuadro 11:**  
**Medios publicitarios preferidos**

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	34	17,17%
Radio	63	31,82%
Hojas volantes	22	11,11%
Página Web	17	8,59%
Redes sociales	62	31,31%
<b>TOTAL</b>	<b>198</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



**Análisis e interpretación:**

Se ve que al 32% de los encuestados les gustaría conocer los beneficios del nuevo Centro Estético por medio de la Radio, mientras que al 31% preferiría por medio de las redes sociales y en porcentajes menores por la TV, hojas volantes y página web; por lo tanto se debería utilizar los canales publicitarios preferidos por los demandantes.

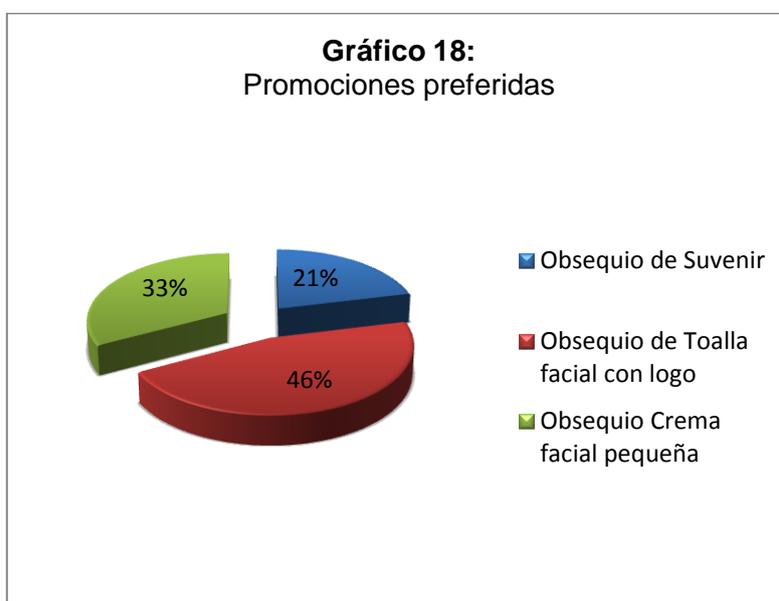
10. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría que el nuevo centro de estética facial ofrezca a sus clientes? Escoja una opción.

**Cuadro 12:  
Promociones preferidas**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Obsequio de Suvenir	42	21,21%
Obsequio de Toalla facial con logo	91	45,96%
Obsequio Crema facial pequeña	65	32,83%
<b>TOTAL</b>	<b>198</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



### **Análisis e interpretación:**

El 46% de encuestados, desean que se les entregue por el uso de los servicios de estética facial, una toalla facial con el logo de la empresa, el 33% desea una crema facial pequeña y el 21% prefiere suvenirs; por lo que lo ideal sería aplicar promociones de obsequio de toallas faciales con el logo del centro estético.

## RESULTADO DE LAS ENCUESTAS A LOS OFERENTES

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

**Cuadro 13:**  
**Servicios faciales ofertados**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Limpieza facial	12	20,34%
Depilaciones	12	20,34%
Masajes faciales	12	20,34%
Peeling con cristales	8	13,56%
Fango Terapia	3	5,08%
Otros Servicios	12	20,34%
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



#### **Análisis e interpretación:**

Vemos que el 21% de las empresas encuestadas ofrecen el servicio de Limpieza Facial, el 20% ofrecen Depilaciones, también el 20% dan Masajes faciales, igualmente el 20% ofertan otros tratamientos faciales, el 14% brindan Peeling con cristales y finalmente el 5% otorgan fango Terapia, por lo que el servicio mayormente ofrecido es el de Limpieza Facial.

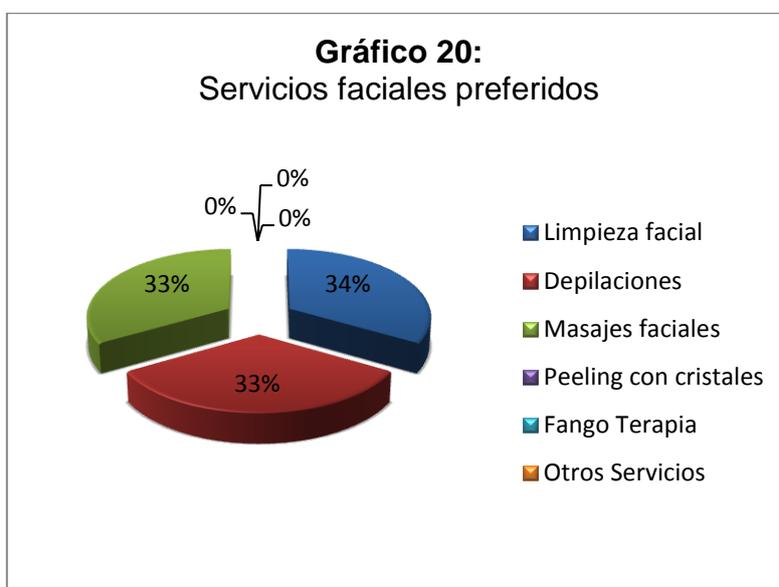
## 2. ¿Qué servicios son los más utilizados por su clientela?

**Cuadro 14:**  
**Servicios faciales preferidos**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Limpieza facial	12	33,33%
Depilaciones	12	33,33%
Masajes faciales	12	33,33%
Peeling con cristales	0	0,00%
Fango Terapia	0	0,00%
Otros Servicios	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



### **Análisis e interpretación:**

Observamos que para las empresas encuestadas los servicios de Limpieza Facial, Depilaciones y Masajes faciales, por los preferidos por sus clientes (33% respectivamente), por lo que el nuevo centro de estética facial debería considerar esta preferencia de los clientes.

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

**Cuadro 15:**  
**Costo cobrado por el servicio de Limpieza facial**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$ 10	2	16,67%
\$ 12	4	33,33%
\$ 15	4	33,33%
\$ 20	2	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



**Análisis e interpretación:**

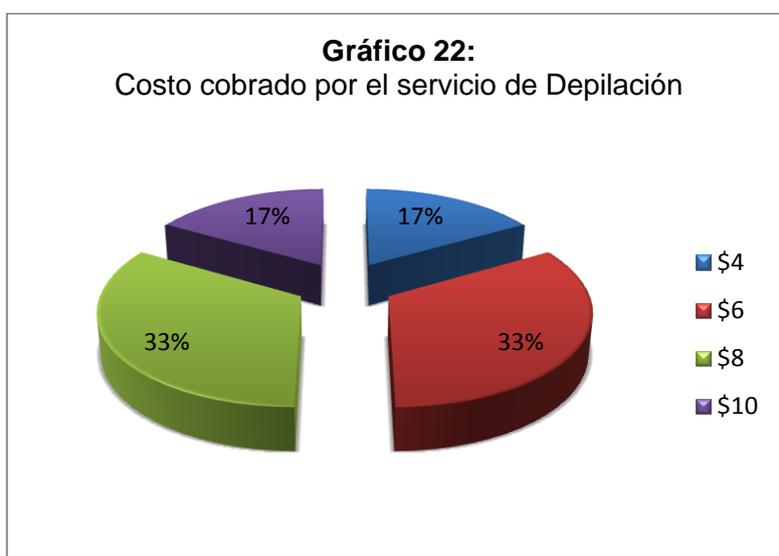
Se determina que el 33% de las empresas encuestadas cobran \$15 por el servicio de limpieza facial, también el 33% cobra \$12, el 17% oferta el precio de \$10 y también el 17% solicita \$20. Por lo que el precio preferencial de Limpieza Facial de la competencia estaría entre \$12 y \$15.

**Cuadro 16:**  
**Costo cobrado por el servicio de Depilación**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$ 4	2	16,67%
\$ 6	4	33,33%
\$ 8	4	33,33%
\$ 10	2	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora



### **Análisis e interpretación:**

Se determina que el 33% de las empresas encuestadas cobran \$8 por el servicio de Depilación facial, también el 33% cobra \$6, el 17% oferta el precio de \$4 y también el 17% solicita \$10. Por lo que el precio preferencial de Depilación Facial de la competencia estaría entre \$6 y \$8.

**Cuadro 17:**  
**Costo cobrado por el servicio de Masajes faciales**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$ 4	4	33,33%
\$ 5	6	50,00%
\$ 6	2	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



### **Análisis e interpretación:**

Se determina que el 50% de las empresas encuestadas cobran \$5 por el servicio de Masaje facial, el 33% cobra \$4, y el 17% oferta el precio de \$6. Por lo que el precio preferencial de Masaje Facial de la competencia estaría entre \$4 y \$5.

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

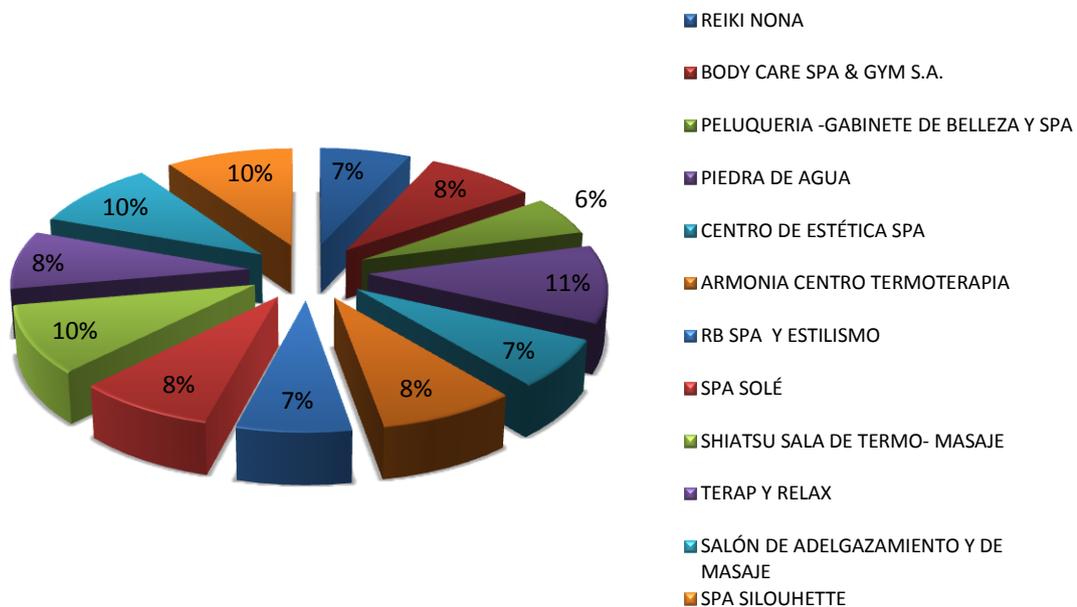
**Cuadro 18:**  
**Cantidad del servicio de limpieza facial ofertados diariamente**

DETALLE	FRECUENCIA	%
REIKI NONA	5	6,94%
BODY CARE SPA & GYM S.A.	6	8,33%
PELUQUERÍA -GABINETE DE BELLEZA Y SPA	4	5,56%
PIEDRA DE AGUA	8	11,11%
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	5	6,94%
ARMONÍA CENTRO TERMOTERAPIA	6	8,33%
RB SPA Y ESTILISMO	5	6,94%
SPA SOLÉ	6	8,33%
SHIATSU SALA DE TERMO- MASAJE	7	9,72%
TERAP Y RELAX	6	8,33%
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	7	9,72%
SPA SILOUHETTE	7	9,72%
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

Elaboración: La Autora

**Gráfico 24:**  
**Cantidad del servicio de limpieza facial ofertados diariamente**



### Análisis e interpretación:

El 11% de las empresas encuestadas atiende diariamente 8 servicios de limpieza facial y el 10% brinda 7 limpiezas diarias. Por lo que el promedio de limpieza facial estaría entre 7 y 8 servicios diarios.

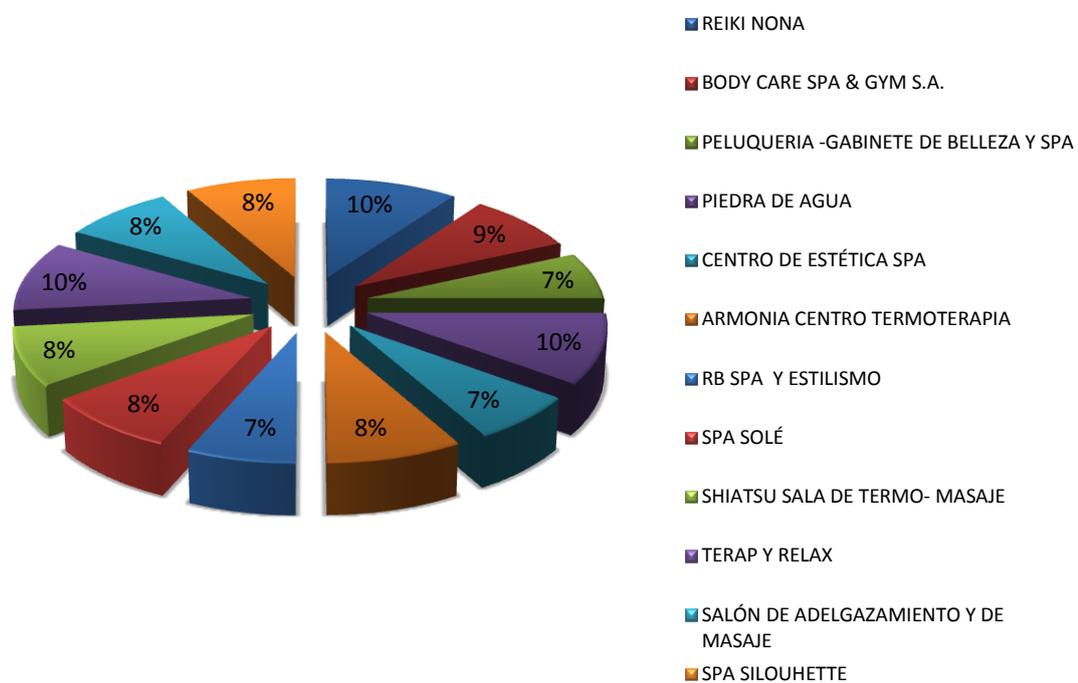
**Cuadro 19:**  
**Cantidad del servicio de Depilación ofertados diariamente**

DETALLE	FRECUENCIA	%
REIKI NONA	6	10,00%
BODY CARE SPA & GYM S.A.	5	8,33%
PELUQUERÍA -GABINETE DE BELLEZA Y SPA	4	6,67%
PIEDRA DE AGUA	6	10,00%
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	4	6,67%
ARMONÍA CENTRO TERMOTERAPIA	5	8,33%
RB SPA Y ESTILISMO	4	6,67%
SPA SOLÉ	5	8,33%
SHIATSU SALA DE TERMO- MASAJE	5	8,33%
TERAP Y RELAX	6	10,00%
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	5	8,33%
SPA SILOUHETTE	5	8,33%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico 25:**  
Cantidad del servicio de Depilación ofertados diariamente



### **Análisis e interpretación:**

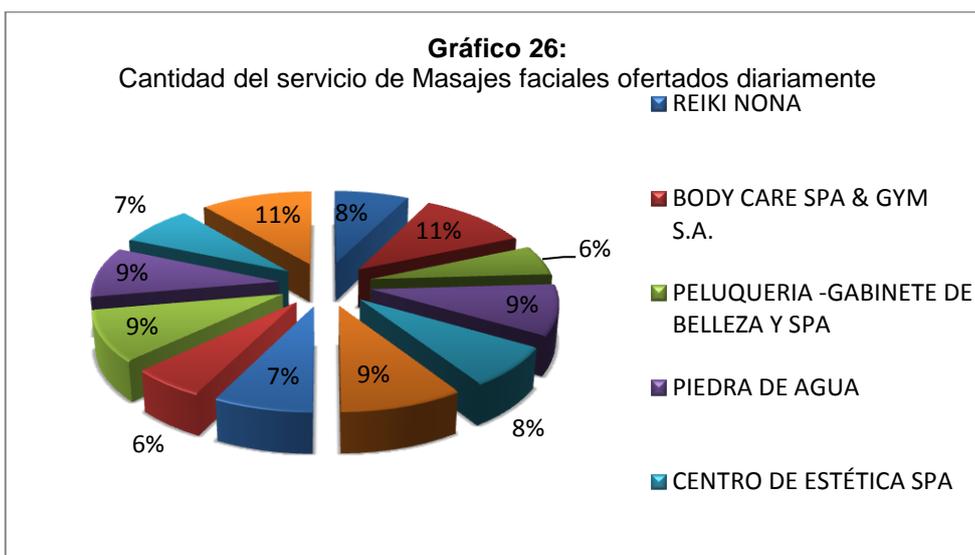
El 10% de las empresas encuestadas atiende diariamente 6 servicios de Depilación facial y el 8% brinda 5 Depilaciones diarias. Por lo que el promedio de Depilación facial estaría entre 6 y 5 servicios diarios.

**Cuadro 20:**  
**Cantidad del servicio de Masajes faciales ofertados**  
**diariamente**

DETALLE	FRECUENCIA	%
REIKI NONA	4	7,41%
BODY CARE SPA & GYM S.A.	6	11,11%
PELUQUERÍA -GABINETE DE BELLEZA Y SPA	3	5,56%
PIEDRA DE AGUA	5	9,26%
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	4	7,41%
ARMONÍA CENTRO TERMOTERAPIA	5	9,26%
RB SPA Y ESTILISMO	4	7,41%
SPA SOLÉ	3	5,56%
SHIATSU SALA DE TERMO- MASAJE	5	9,26%
TERAP Y RELAX	5	9,26%
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	4	7,41%
SPA SILOUHETTE	6	11,11%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca

**Elaboración:** La Autora



### **Análisis e interpretación:**

El 11% de las empresas encuestadas atiende diariamente 6 servicios de Masaje facial y el 9% brinda 5 Masajes diarios. Por lo que el promedio de Masaje facial estaría entre 6 y 5 servicios diarios.

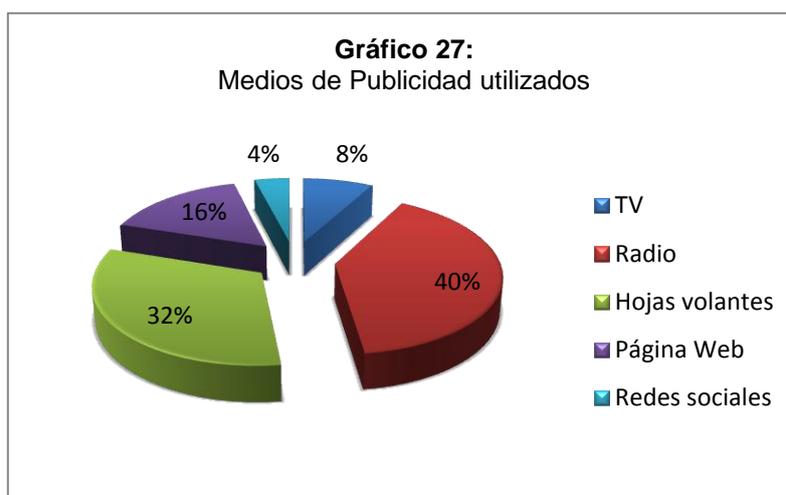
## 5. ¿Qué medios de comunicación utiliza para ofertar los servicios del centro estético facial?

**Cuadro 21:**

**Medios de Publicidad utilizados**

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	2	8,00%
Radio	10	40,00%
Hojas volantes	8	32,00%
Página Web	4	16,00%
Redes sociales	1	4,00%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca  
**Elaboración:** La Autora



### **Análisis e interpretación:**

El 40% de las empresas encuestadas prefieren hacer conocer los beneficios de sus servicios por medio de la Radio, mientras que el 32% lo hace por medio de las Hojas volantes y en porcentajes menores lo efectúan a través de la página web de la empresa, la TV y las redes sociales; por lo tanto los canales publicitarios preferidos por los oferentes son la radio y las hojas volantes.

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

**Cuadro 22:**

### Promociones ofrecidas

DETALLE	FRECUENCIA	%
Suvenir promocional	8	40,00%
Descuentos	6	30,00%
Productos promocionales gratis	2	10,00%
Ninguna	4	20,00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta centros estéticos de la ciudad de Cuenca  
**Elaboración:** La Autora



### Análisis e interpretación:

Vemos que el 40% de las empresas encuestadas entregan a sus clientes fieles souvenirs, el 30% efectúa descuentos, el 20% no ofrecen promociones a sus clientes y el 10% entrega productos promocionales gratis, por lo que se visualiza que la mayoría de los oferentes prefiere la entrega de souvenirs como promoción.

## ***g. DISCUSIÓN***

### **ESTUDIO DE MERCADO**

En el presente análisis se detalla detenidamente las características de nuestros servicios, clientes, competencia, tamaño global del mercado hasta llegar a encontrar cualitativa y cuantitativamente el tamaño de nuestro mercado.

Al haber estudiado el mercado se ha podido obtener la suficiente información en cuanto los servicios, precio, plaza y promociones que los demandantes prefieren y les gusta de los centros estéticos faciales; mediante esta información se obtendrá la demanda potencial, demanda real y la demanda efectiva; además se conocerá lo que ofrece la competencia y la cantidad de servicio ofertado. Al obtener los resultados de la demanda y la oferta se podrá analizar si existe demanda insatisfecha en el mercado.

#### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

Con el análisis de la demanda se busca medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto o servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

## Demanda potencial

Corresponde a los potenciales demandantes, que para este caso estaría dado por la población económicamente activa femenina que existe en la ciudad de Cuenca en el año 2014, dato que se lo obtuvo con la información obtenida del INEC y su respectiva proyección que corresponde a 77.715 personas, luego a esta población la proyectamos para los cinco años de vida útil que tendrá el proyecto y finalmente multiplicamos por el porcentaje de los mismos que conocen los centros estéticos faciales; y a esta información la expresamos en un cuadro estadístico, así:

**Cuadro 23:**  
**Demanda Potencial**

Años	PEA CUENCA	% CONOCEN CENTROS ESTÉTICOS	DEMANDANTES POTENCIALES
1	77.715	79,90%	62.094
2	79.363		63.410
3	81.045		64.755
4	82.763		66.127
5	84.518		67.529

**Fuente:** PEA feme, Tasa de crecimiento de Cuenca (2,12%) y Cuadro 1

**Elaboración:** La Autora

## 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 PEA femenina de la ciudad de Cuenca 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:

**Cuadro 24:  
Demanda Real**

Años	DEMANDANTES POTENCIALES	% USAN CENTROS ESTÉTICOS	DEMANDANTES REALES
1	62.094	64,15%	39.834
2	63.410		40.678
3	64.755		41.541
4	66.127		42.421
5	67.529		43.321

**Fuente:** Cuadro 2 y Cuadro 24

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro 25:  
Promedio de consumo trimestral**

DETALLE	FRECUENCIA	PUNTO MEDIO	PROMEDIO
1 – 2	142	1,5	213
3 – 4	48	3,5	168
5 – 6	11	5,5	60,5
7 – 8	3	7,5	22,5
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>		<b>464</b>
<p><b>Promedio trimestral =</b> <math>\frac{\text{Sumatoria del Promedio}}{\text{Sumatoria de Frecuencia}}</math></p> <p><b>Promedio trimestral =</b> <math>\frac{464}{204}</math></p> <p><b>Promedio trimestral =</b> 2,27</p> <p><b>Promedio Anual=</b> Promedio trimestral X 4</p> <p><b>Promedio Anual=</b> 9 Servicios</p>			

**Fuente:** Cuadro 4

**Elaboración:** La Autora

## 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 25 y 26, así:

**Cuadro 26:**  
**Demanda Real en servicios**

Años	DEMANDANTES REALES	PROMEDIO ANUAL	DEMANDA REAL DE SERVICIOS
1	39.834	9	362.410
2	40.678		370.093
3	41.541		377.939
4	42.421		385.951
5	43.321		394.133

Fuente: Cuadro 25 y Cuadro 26

Elaboración: La Autora

## 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 27:**  
**Demanda Efectiva de servicios**

Años	DEMANDA REAL DE SERVICIOS	% PREFERENCIA NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA DE SERVICIOS
1	362.410	97,06%	351.751
2	370.093		359.208
3	377.939		366.823
4	385.951		374.599
5	394.133		382.541

Fuente: Cuadro 5 y Cuadro 22

Elaboración: La Autora

## 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 estéticos que hay en la ciudad de Cuenca, que es de 12, 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 28:  
Oferta de servicios**

OFERENTES	SERVICIOS X DÍA	SERVICIOS X MES	SERVICIOS X AÑO
REIKI NONA	15	450	5.400
BODY CARE SPA & GYM S.A.	17	510	6.120
PELUQUERÍA-GABINETE DE BELLEZA Y SPA	11	330	3.960
PIEDRA DE AGUA	19	570	6.840
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	13	390	4.680
ARMONÍA CENTRO TERMOTERAPIA	16	480	5.760
RB SPA Y ESTILISMO	13	390	4.680
SPA SOLÉ	14	420	5.040
SHIATSU SALA DE TERMO- MASAJE	17	510	6.120
TERAP Y RELAX	17	510	6.120
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	16	480	5.760
SPA SILOUHETTE	18	540	6.480
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>5.580</b>	<b>66.960</b>

**Fuente:** Investigación directa a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro 29:**  
**Oferta proyectada de servicios**

AÑOS	OFERTA DE SERVICIOS
1	66.960
2	68.380
3	69.829
4	71.310
5	72.821

**Fuente:** TC (2,12%) y Cuadro 29

**Elaboración:** La Autora

## 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 30:**  
**Demanda Insatisfecha de servicios**

Años	DEMANDA EFECTIVA DE SERVICIOS	OFERTA DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIOS
1	351.751	66.960	284.791
2	359.208	68.380	290.828
3	366.823	69.829	296.994
4	374.599	71.310	303.290
5	382.541	72.821	309.720

**Fuente:** Cuadro 28 y Cuadro 30

**Elaboración:** La Autora

## **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 Cuenca 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 09:00 a 13h00 y de 16h00 a 20h00 pm, debido a que la mayoría de centros estéticos faciales que prestan estos servicios atienden en este horario.

## LIMPIEZA FACIAL

**Gráfico 29:**

### Servicio de limpieza facial



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

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.

## DEPILACIONES

**Gráfico 30:**

### Servicio de Depilaciones



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

En lo referente a las depilaciones estas serán realizadas por la cosmetóloga, se ofertaran depilaciones para las cejas y bigote mediante la utilización de cremas depiladoras.

## MASAJES FACIALES

**Gráfico 31:**

### **Servicio de Masajes Faciales**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

El masaje facial será realizado por una cosmetóloga, se contará con una sala estructurada para este tipo de servicios tanto para hombres y 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 15, 16 y 17), cabe indicar que al realizar la encuesta los demandantes prefieren los precios más bajos.

## PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

El nuevo centro estético se denominará “BEAUTY SPA” y se lo ubicará en la parroquia Totoracocha perteneciente a la ciudad de Cuenca, porque los demandantes la prefieren en este lugar, según información obtenida de la encuesta a los demandantes (Cuadro 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 32:**

### Canal de Distribución



Fuente: Investigación directa  
Elaboración: La Autora

## PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para promocionar nuestro centro estético facial, se ofrecerá una toalla de limpieza facial gratis con logo a nuestros doscientos primeros clientes, ya que los demandantes prefieren esta promoción, información obtenida de la encuesta a los demandantes (cuadro 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 11).

### SLOGAN:

#### Gráfico 33:

#### Mensaje publicitario

*"Centro Estético Facial BEAUTY SPA"*

*Ofrece: Limpieza Facial, Depilaciones, y Masajes Faciales*

*Será atendido por cosmetólogas certificadas, recuerda:*

*Tu piel es una flor, ¡Cuidala!*



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

## 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 Cuenca. 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 7 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 31:  
Capacidad Instalada**

Capacidad de atención diaria (7 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
112	30 minutos	5	52	29.120

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

## CAPACIDAD INSTALADA VS DEMANDA INSATISFECHA

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

- Utilizando la Demanda Insatisfecha = 284.791
- Capacidad Instalada del Centro Estético Facial = 29.120

### Calculo:

$$\frac{284.791}{29.120} \times 100\% = \frac{29.120}{284.791} \times 100 = 10,23\%$$

Del análisis anterior y con la capacidad instalada del Centro Estético Facial, podemos inferir que la nueva empresa está en capacidad de cubrir el **10,23%** de la demanda insatisfecha en el año base, así:

**Cuadro 32:**  
**Demanda Insatisfecha vs Capacidad Instalada**

Demanda Insatisfecha 1er año	% de participación en la Demanda insatisfecha	Capacidad Instalada
284.791	10,23%	29.120

**Fuente:** Cuadro 31 y Cuadro 32

**Elaboración:** La Autora

## 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 33:  
Capacidad Utilizada**

Años	Capacidad Instalada	%	Capacidad Utilizada
1	29.120	75,00%	21.840
2		80,00%	23.296
3		85,00%	24.752
4		90,00%	26.208
5		95,00%	27.664

**Fuente:** Cuadro 33

**Elaboración:** La Autora

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 34:  
Capacidad Utilizada del servicio de Limpieza Facial**

Años	Capacidad Utilizada	% Preferencia Limpieza Facial	Capacidad Utilizada
1	21.840	45,45%	9.927
2	23.296		10.589
3	24.752		11.251
4	26.208		11.913
5	27.664		12.575

Fuente: Cuadro 6 y 34

Elaboración: La Autora

**Cuadro 35:  
Capacidad Utilizada del servicio de Depilación**

Años	Capacidad Utilizada	% Preferencia Depilaciones	Capacidad Utilizada
1	21.840	22,73%	4.964
2	23.296		5.295
3	24.752		5.625
4	26.208		5.956
5	27.664		6.287

Fuente: Cuadro 6 y 34

Elaboración: La Autora

**Cuadro 36:  
Capacidad Utilizada del servicio de Masajes Faciales**

Años	Capacidad Utilizada	% Masajes Faciales	Capacidad Utilizada
1	21.840	31,82%	6.949
2	23.296		7.412
3	24.752		7.876
4	26.208		8.339
5	27.664		8.802

Fuente: Cuadro 6 y 34

Elaboración: La Autora

## **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **Macro localización.**

La empresa tiene previsto ubicarse en el sector de Totoracocha en la ciudad de Cuenca: oficialmente denominada Santa Ana de los Cuatro Ríos, es una de las ciudades más importantes del centro del Ecuador y es la capital de la Provincia del Azuay y de la Región 6, se encuentra situada en la parte meridional de la Cordillera Andina Ecuatoriana, su centro histórico fue declarado patrimonio de la humanidad por la Unesco en el año 1999.

Es la llamada Atenas del Ecuador por su majestuosa arquitectura, su diversidad cultural, su aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas. Actualmente esta provincia es considerada una zona de alta emigración al exterior, miles de personas, principalmente de la clase baja han viajado a otros países, sobre todo a Estados Unidos, España e Italia; en busca de una manera de obtener dinero para sus familias, especialmente en el área rural, y son una fuente importante de ingresos para el presupuesto nacional, sin embargo este fenómeno también ha contribuido a que en la ciudad exista un mayor número de mujeres que hombres, debido a que el 66% de las personas que emigran son hombres, y esto contribuye a la desintegración familiar.



## **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 Cuenca 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 Cuenca, 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 de obra.

- **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 Cuenca.
- **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 Cuenca 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 Cuenca y que se encuentran disponibles en la actualidad, los mismos que fueron sometidos al análisis con la matriz ponderada correspondiente: **Lugar A.** Calles Llanganatis y Cajas a 40 metros de la Av. Hurtado de Mendoza, principal de ingreso al sector de Totoracocha. **Lugar B.** Av. Los Andes y Buerán, al frente del Complejo Deportivo de Totoracocha y **Lugar C.** Calles Namangoza y Saraurco, frente al parque Curiquingue.

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 37:  
Factores de localización**

Factores Micro localización	PESO	OPCIÓN A		OPCIÓN B		OPCIÓN C	
		Califica	Ponder	Califica	Ponder	Califica	Ponder
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	0,10	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Disponibilidad 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
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,34</b>		<b>3,7</b>		<b>3,52</b>

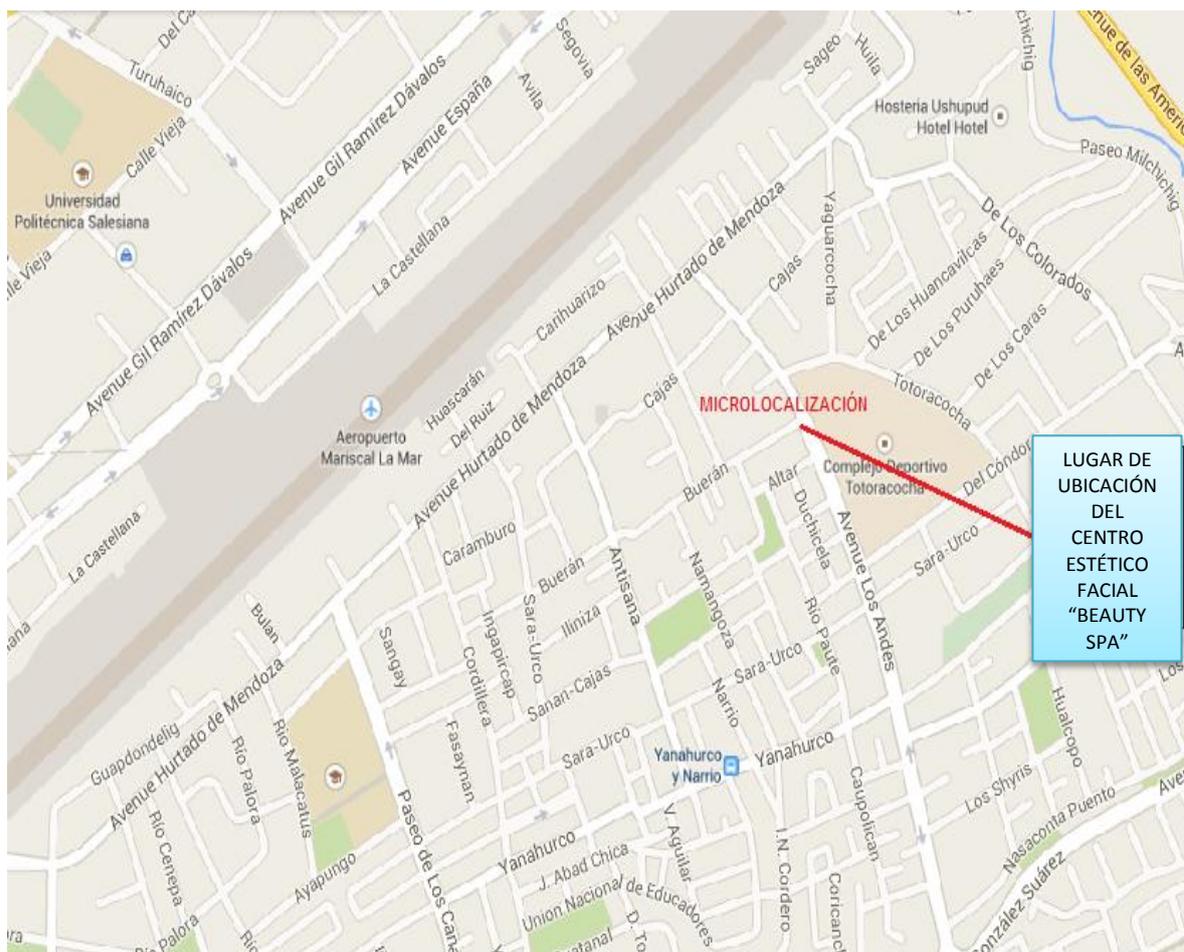
**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

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 la Avenida Los Andes y Buerán, al frente del Complejo Deportivo de Totoracocha; 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 Totoracocha, ciudad de Cuenca.

**GRÁFICO 35:**  
**MICROLOCALIZACIÓN**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

## 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 “BEAUTY SPA”**

#### **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**

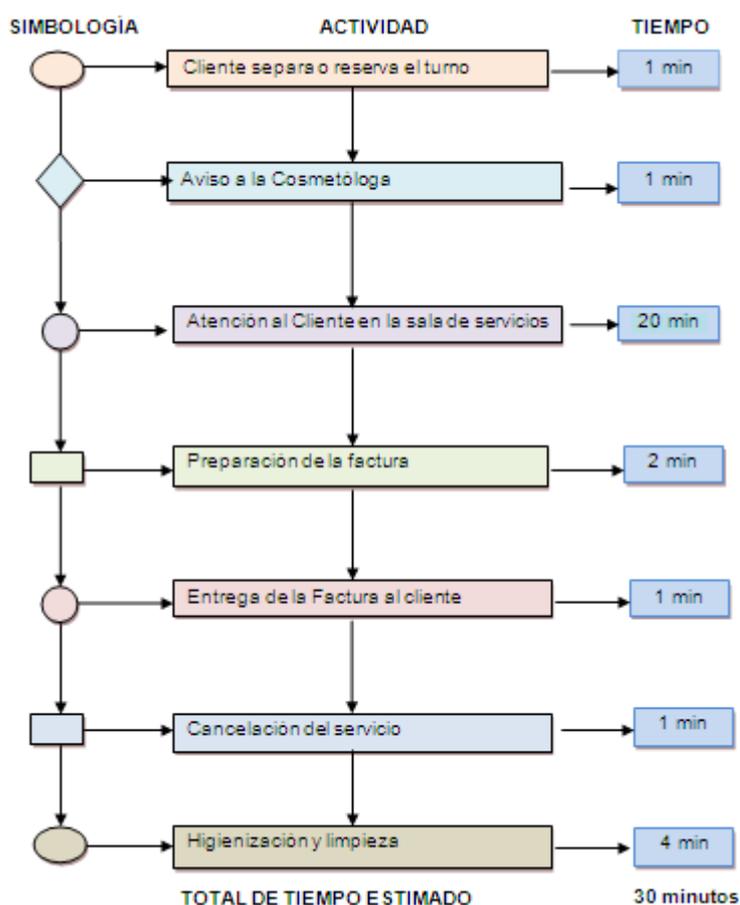
Luego de haber entregado la factura correspondiente, la secretaria recibe los valores a ser recaudados por concepto del servicio prestado.

**Higienización de las herramientas**

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

GRÁFICO 36

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

## 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.

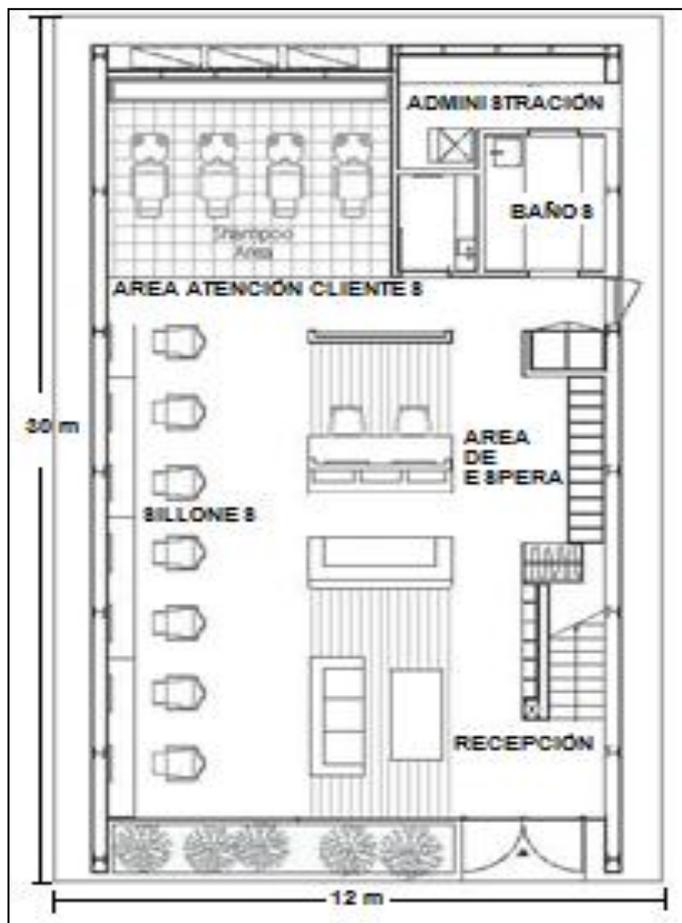
**Cuadro 38:**  
**Distribución de la Planta**

Nro.	Áreas	Mts. Alto	Mts. Ancho	Total Mts
1	Administración	10	6	60
2	Espera	10	7	70
3	Atención al Cliente	20	7	140
4	Recepción	10	7	70
5	Baños	4	2	8
6	Área verde e ingreso	1	12	12
<b>TOTAL MTS. PLANTA</b>				<b>360</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO 37**  
**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO ESTÉTICO FACIAL “BEAUTY SPA”**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

El área total que dispone el local para la instalación del Centro Estético Facial “BEAUTY SPA”, es de 12 m. de frente por 30 metros de fondo, con un total de 360 metros, 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 38

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



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 complejión de la piel; el tamaño es de 40,5 x 27,5x11 cm.

**Gráfico 39****Calentador de Cera**

**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 40****Calentador de Toallas**

**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 41

#### Equipo 4 en 1 Micro Galvánica



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 42****Fototerapia Dinámica**

**Fuente:** Euro estética Importadora.

**Elaboración:** La Autora.

**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 43****Esterilizador**

**Fuente:** Euro estética Importadora.

**Elaboración:** La Autora.

**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 44**

#### **Vaporizador Facial**



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 45**

### **Brocha para Mascarillas**



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

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

**Gráfico 46**

### **Esponjas Faciales**



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 47

**Gafas Protectoras para Cosmetólogas**

**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

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

Gráfico 48

**Gafas Protectoras para Clientes**

**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

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

### Gráfico 49

#### Mascarilla para Oxigenación



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 50

#### Papel Depilatorio



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**Características:** - Blanco: Papel de cera depilatorio de alta densidad.  
Presentación Disponible: Tamaño: Largo: 20 cm. Ancho: 7 cm.

### Gráfico 51

#### Rodillo con micro-agujas



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 52

#### Velo de Collagen Essence Mask



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 53

#### Velo de Oro Anti-envejecimiento



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 54

#### Cama Facial Plegable



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 55

#### Silla para masaje facial



**Fuente:** Euro estética Importadora.

**Elaboración:** La Autora.

**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 56**

**Mesa de Tres Niveles para Cabina**



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 57**

**Taburete Hidráulico**



**Fuente:** Euro estética Importadora.  
**Elaboración:** La Autora.

**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 PAR EL CENTRO ESTÉTICO

**Cuadro 39:  
EQUIPOS**

Denominación	Características Técnicas	Cantidad
BIO BIO-1005 Ascensor	El tamaño es de 40,5 x 27,5x11 cm.	2
Calentador de Cera	Peso neto: 1,9 kg , Peso bruto 2,6 kg, Frecuencia: 50Hz / 60Hz 4, Tensión:110 - 120V, Embalaje externo: Dimensiones: 30 * 25 * 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, Microgalvanica, Spray y Vacum Facial.	2
Fototerapia Dinámica	Remueve pigmentaciones, vascularizaciones y acné, ayuda a recuperar piel dañada	2
Esterilizador	Medidas del equipo: 41cm*26cm*28cm, Capacidad 6kg y Energía 110 V.	2
Vaporizador Facial	Fácil de transportar, liviano, y de uso manual, hecho de plástico resistente	2

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 40:  
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. Ancho: 7 cm.	4.964
Rodillo con micro-agujas	El sistema del Micro-agujas estimula el crecimiento del colágeno sin dañar la epidermis de la piel	5
Guantes de Lufa o de Crin	Para protección de las manos	48

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 41:  
MOBILIARIO DE OFICINA**

Denominación	Características Técnicas	Cantidad
Escritorio de Madera	Escritorio Semi-Ejecutivos, 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 la espera de los clientes.	5
Sillón de tres personas para recepción	De cuero para la espera de los clientes.	1
Cama facial plegable	Peso neto 25 kg. Tamaño de embalaje: 107*38*61	7
Sillas para masaje facial	Ancho: 068 cm, Profundidad: 150 cm, Altura de la estructura: 103 cm, Peso: 095 kg.	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, con repisas	1

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 42:  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Denominación	Características Técnicas	Cantidad
Computadora	CORE i3, 32 GHZ; Disco Duro 500 GB SATA, memoria 2 GB DR3, 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, escaneo y copia de documentos de gran velocidad, calidad, con puerto ETHERNET, 4 depósitos de tintas, Escáner de 4800 p.	2
UPS y 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:** La Autora

**Cuadro 43:  
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
Calculadora de Escritorio	FR-2650T Calculadora Científica.	3
Perforadora	Diseño novedoso, alta calidad de material, ABS, de alta rigidez A3, ajustables.	3
Grapadora	Grapadora multifuncional, tipo 24/6, 26/6, con 40 piezas de grapas; med. 44,5 X 39 X 29 cm.	3
Sellos	De caucho, con el logotipo de la empresa, serán utilizados en Secretaria/Recepción.	2
Papeleras	Papelera metálica, de dos servicios, medidas 260 x 350.	3

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 44:  
MATERIAL DE OFICINA**

Denominación	Características Técnicas	Cantidad
Resmas de papel bond.	Tamaño A4, gruesas (2 por mes)	24
Tinta para impresora.	Frasco de tinta Negro, 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 utilizara 2 mensuales	24
Carpetas archivadoras de documentos.	De cartón grueso. (5 por mes)	60

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 45:  
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 anti-envejecimiento	4.964
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.	4.964

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro 46:  
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:** La Autora

**Cuadro 47:  
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL**

<b>Denominación</b>	<b>Características Técnicas</b>	<b>Cantidad</b>
Aceite de Rosa de Mosqueta	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:** La Autora

**Cuadro 48:  
TALENTO HUMANO**

<b>Denominación</b>	<b>Características Técnicas</b>	<b>Cantidad</b>
Mano de Obra Directa	Auxiliares Cosmetólogas	4
Mano de Obra Indirecta	Cosmetóloga	1
Administración	Gerente	1
	Secretaria-Contadora	1

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

## 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 “BEAUTY SPA” 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 suscrita 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.

**BEAUTY SPA 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. Andrea Betancourt Moreno, 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. Mercy Betancourt Moreno, 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. Deysi Betancourt Moreno, 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 BEAUTY SPA 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 BEAUTY SPA

**Artículo 2º.- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es el cantón Cuenca. 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 49:  
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 ACCIONES	CAPITAL TOTAL
1	Andrea Betancourt	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
2	Mercy Betancourt	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
3	Deysi Betancourt	\$ 7.006,47	\$ 3.503,24	\$ 3.503,24	7,01	\$ 7.006,47
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 21.019,41</b>	<b>\$ 10.509,71</b>	<b>\$ 10.509,71</b>	<b>21,02</b>	<b>\$ 21.019,41</b>

**FUENTE:** INVESTIGACIÓN DIRECTA

**ELABORACIÓN:** LA AUTORA

**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) Andrea Fernanda Betancourt Moreno y como gerente de la misma al (o a la) señor (o señora) Mercy Betancourt Moreno, respectivamente.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA.-** Los contratantes acuerdan autorizar al doctor José Antonio Pérez Aguilar 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.

**ANDREA BETANCOURT MORENO**

C.C. 1104720931

**MERCY BETANCOURT MORENO**

C.C. 1102072186

## **“BEAUTY SPA” CÍA. LTDA.**

### **ESTRATEGIA CORPORATIVA**

**Misión:** “BEAUTY SPA” 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 Cuenca.

#### **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 mas 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**

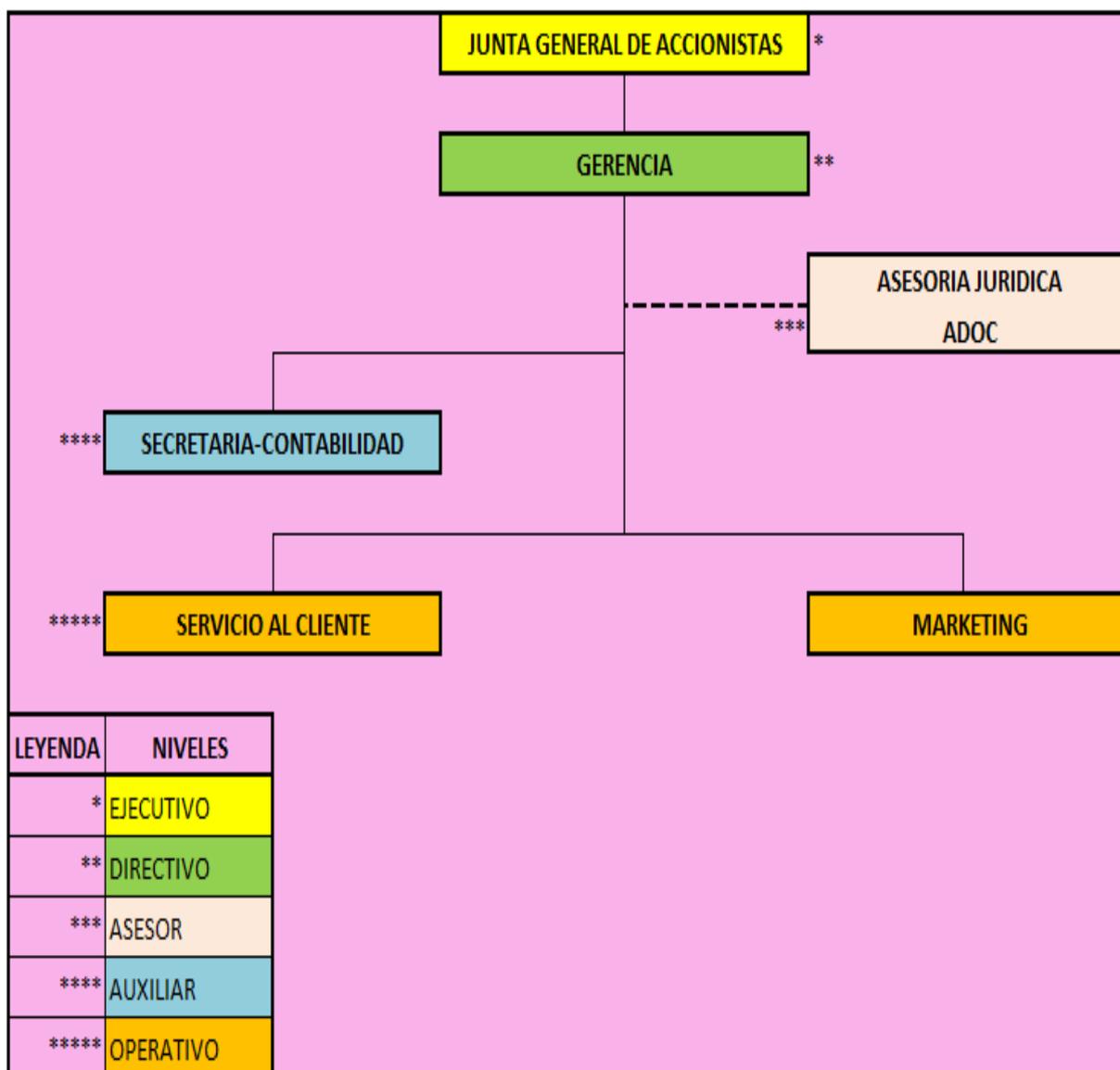
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

**Organigramas**

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

Gráfico 58:

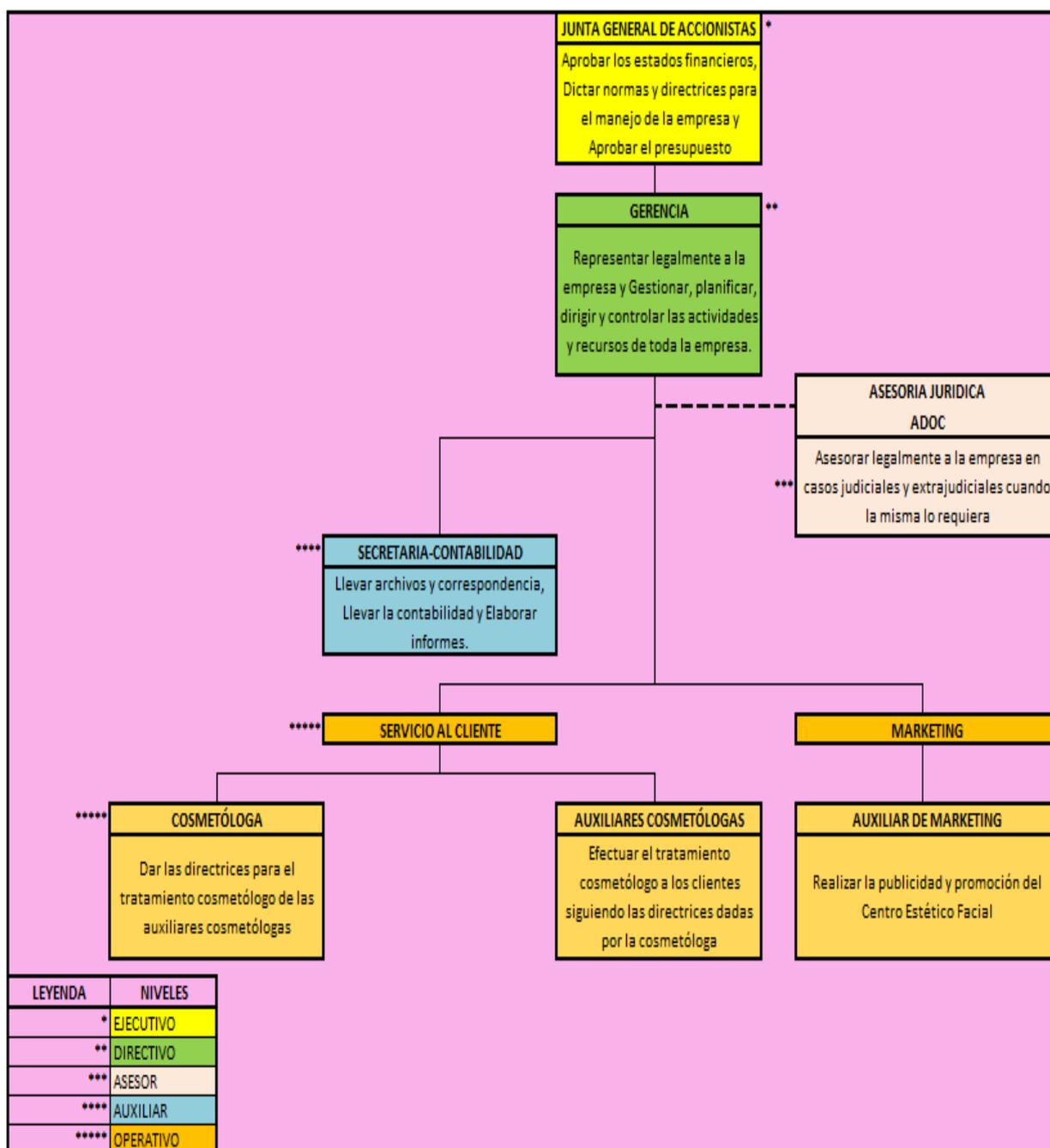
## Organigrama Estructural del Centro Estético "BEAUTY SPA" CIA. LTDA.



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA  
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Gráfico 59:

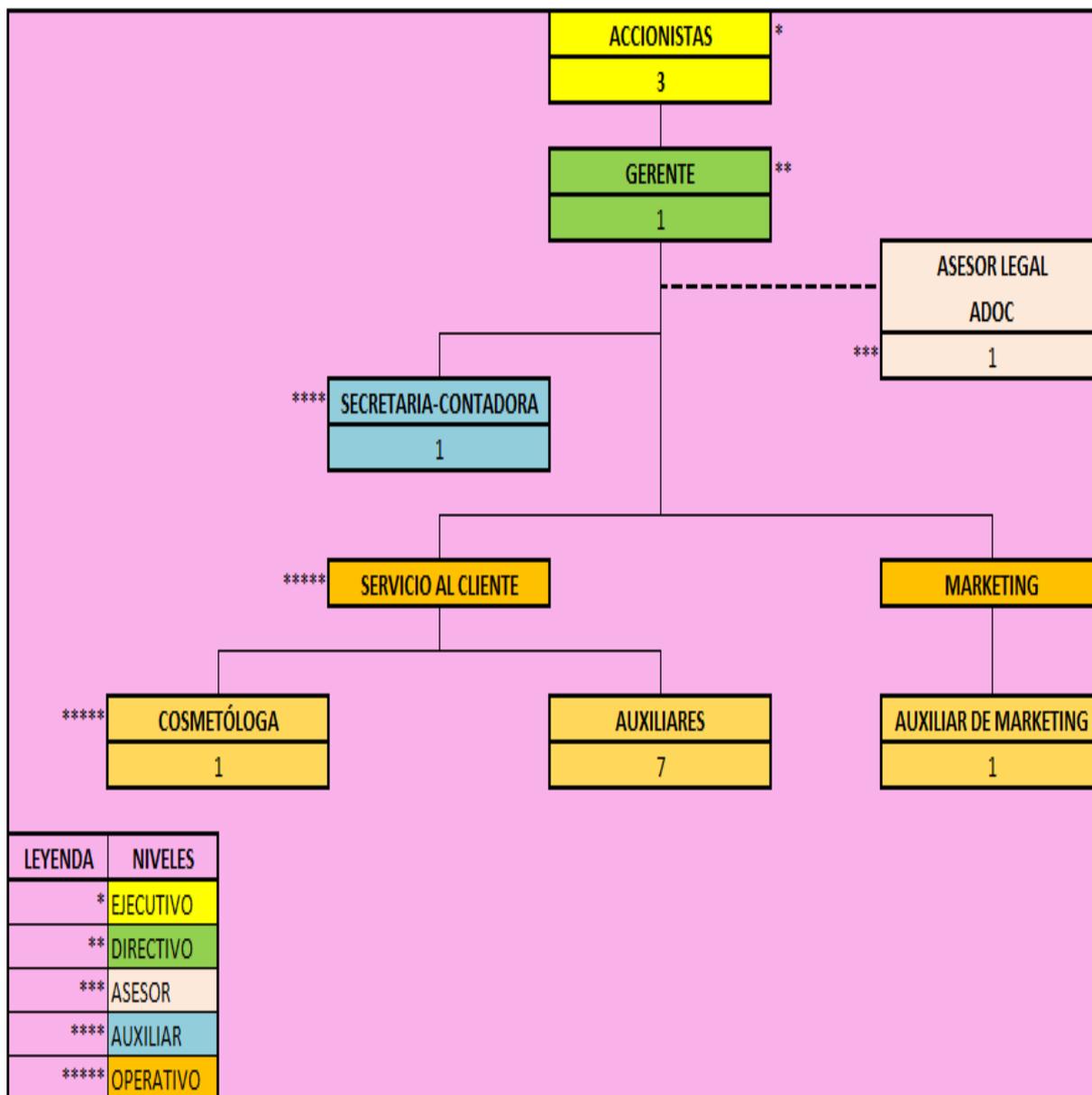
## Organigrama Funcional del Centro Estético "BEAUTY SPA" CIA. LTDA.



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA  
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Gráfico 60:

## Organigrama Posicional del Centro Estético "GOOD FACE" CIA. LTDA.



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA  
ELABORACIÓN: LA AUTORA

**MANUAL DE FUNCIONES:****MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA EMPRESA****“BEAUTY SPA” CIA. LTDA.****JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

La junta general de socios, será la encargada de disponer las pautas generales de rendimiento de la inversión del negocio; con el objeto de tomar decisiones correctas acerca del crecimiento y giro que se quiere dar a la empresa, buscando la más alta rentabilidad.

**CÓDIGO 01**

**TITULO DEL PUESTO:** Gerente General

**DEPENDENDE:** Junta General de socios

**SUPERVISA A:** Todo el personal

**MISIÓN DEL PUESTO:** El Gerente General actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los empleados.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).
- Autorizar la adquisición de materia prima o suministros para la empresa.
- Conocer los balances e informes relativos a la puesta en marcha de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir a los empleados sus horarios y obligaciones de trabajo.
- Comprobar la existencia y el adecuado inventario de materia prima e insumos, con el propósito de proveer y garantizar su existencia en bodega.
- Evalúa la correcta selección de los proveedores de materia prima.
- Vigilar en cualquier tiempo las operaciones de producción de la planta.
- Comprueba la existencia y el adecuado inventario de materia prima e insumos, con el propósito de que la producción no sea parada.
- Realiza un seguimiento de la producción de las piezas hasta su entrega final.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Título profesional de Administración de Empresas o afines

**EXPERIENCIA:** 2 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere gran esfuerzo mental para mantener una adecuada Administración de la Empresa.

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere moderado esfuerzo físico.

**CÓDIGO 02**

**TITULO DEL PUESTO:** Abogado

**DEPENDENDE:** Gerente General

**SUPERVISA A:** Ninguno

**MISIÓN DEL PUESTO:** Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades legales de la Empresa bajo el cumplimiento de procedimientos establecidos en la misma con el fin de garantizar el cumplimiento económico de los clientes, así como acatar y seguir las normas y disposiciones emitidas por los Organismos de Legales y de Control.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Asistencia directa al gerente sobre los trámites y procesos legales.
- Mantenimiento de los archivos legales de la empresa
- Prepara, revisa y controla la normativa vigente de la empresa.
- Asesora sobre los procedimientos y disposiciones legales de los organismos de control.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Agilidad en la ejecución de los trámites
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas legales y éticas.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Licenciado(a) en derecho.

**EXPERIENCIA:** 2 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere gran esfuerzo mental para mantener una correcta asesoría legal a la empresa.

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere bajo esfuerzo físico.

**CÓDIGO 03****TITULO DEL PUESTO:** Secretaria - Contadora**DEPENDENDE:** Gerente General**SUPERVISA A:** Ninguno

**MISIÓN DEL PUESTO:** 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, así como da cumplimiento con las disposiciones emitidas por los Organismos de Control.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- 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
- Digitar y tener al día la contabilidad
- Prepara, revisa y cancela las declaraciones de pagos, por concepto de retención de impuestos a la renta y otras obligaciones tributarias vigentes.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Agilidad en la ejecución de los trámites
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas contables y éticas.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Licenciado(a) en contabilidad y auditoría.

**EXPERIENCIA:** 2 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere gran esfuerzo mental para mantener una correcta administración de la contabilidad de la empresa.

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere bajo esfuerzo físico.

**CÓDIGO 04**

**TITULO DEL PUESTO:** Cosmetóloga

**DEPENDENDE:** Gerente General

**SUPERVISA A:** Auxiliares Cosmetólogas

**MISIÓN DEL PUESTO:** Ejecutar las actividades de selección de materia prima, diseño de los tratamientos estético faciales; para la prestación de los servicios de estética facial.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- 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

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Agilidad en la atención y diseño de tratamientos faciales.
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de cosmetología.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Técnica o Tecnóloga en cosmetología.

**EXPERIENCIA:** 1 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere moderado esfuerzo mental para diseñar los tratamientos faciales.

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere moderado esfuerzo físico.

**CÓDIGO 05**

**TITULO DEL PUESTO:** Auxiliares Cosmetólogas

**DEPENDENDE:** Cosmetóloga

**SUPERVISA A:** Ninguno

**MISIÓN DEL PUESTO:** Ejecutar los tratamientos estéticos diseñados por la Cosmetóloga, cuidado y control de los insumos, equipos y herramientas a su cargo.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- 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.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Agilidad en la ejecución de los procesos.
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de cosmetología.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Bachiller de cualquier especialización con conocimientos en cosmetología.

**EXPERIENCIA:** 2 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere moderado esfuerzo mental para aplicar los tratamientos faciales.

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere moderado esfuerzo físico.

**CÓDIGO 06**

**TÍTULO DEL PUESTO:** Auxiliar de Marketing

**DEPENDENDE:** Gerente

**SUPERVISA A:** Ninguno

**MISIÓN DEL PUESTO:** Planificar, organizar y controlar la publicidad y promoción de la empresa.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- 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.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Agilidad en la ejecución de los procesos de publicidad y promoción.
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de Marketing.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Ing. en Marketing o afines.

**EXPERIENCIA:** 2 años en cargos similares

**ESFUERZO MENTAL:** El puesto requiere moderado esfuerzo mental para realizar los planes de Marketing

**ESFUERZO FÍSICO:** El puesto requiere moderado esfuerzo físico.

## 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 o tangibles.
- Activos Diferidos o Intangibles y,
- 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 50:  
INVERSIÓN EN ADECUACIONES**

DETALLE	ÁREA	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
Administración	60	M	\$ 25,00	\$ 1.500,00
Espera	70	M	\$ 25,00	\$ 1.750,00
Atención al Cliente	140	M	\$ 25,00	\$ 3.500,00
Recepción	70	M	\$ 25,00	\$ 1.750,00
Baños	8	M	\$ 30,00	\$ 240,00
Área verde e ingreso	12	M	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>M</b>		<b>\$ 8.860,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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 51:  
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
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.500,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 52:  
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
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.267,09</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 53:  
INVERSIÓN EN MOBILIARIO DE OFICINA**

ARTÍCULO	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
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.020,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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 54:**

**INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO**

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
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.500,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 55:**

**EQUIPO DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Teléfono SAMSUNG	3,00	\$ 60,00	\$ 180,00
Calculadora de Escritorio	3,00	\$ 15,00	\$ 45,00
Perforadora	3,00	\$ 5,00	\$ 15,00
Grapadora	3,00	\$ 4,00	\$ 12,00
Sellos	2,00	\$ 5,00	\$ 10,00
Papeleras	3,00	\$ 10,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 292,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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 56:  
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	\$ 292,00
IMPREVISTOS 5%	\$ 1.171,95
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 24.611,05</b>

FUENTE: CUADROS DEL 51 AL 56

ELABORACIÓN: LA AUTORA

### ➤ **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 57:  
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 5%	\$ 125,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.625,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **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 58:  
MATERIA PRIMA DIRECTA**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LIMPIEZA FACIAL</b>					
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
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LIMPIEZA FACIAL</b>				<b>\$ 70.152,73</b>	<b>\$ 5.846,06</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA PARA DEPILACIÓN</b>					
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
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA DEPILACIÓN</b>				<b>\$ 4.541,73</b>	<b>\$ 378,48</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL</b>					
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
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA MASAJE FACIAL</b>				<b>\$ 1.042,36</b>	<b>\$ 86,86</b>
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				<b>\$ 75.736,82</b>	<b>\$ 6.311,40</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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	APOORTE PATRONAL AL IESS 12,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)	VACACI	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	7	340,00	41,31	14,17	28,33	28,33	452,14	3165,00	37980,04
<b>TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>								<b>3165,00</b>	<b>37980,04</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **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 60:  
MANO DE OBRA INDIRECTA**

CARGO	NRO OBRER	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 PAGO MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA MES	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA ANUAL
Cosmetóloga	1	400,00	48,60	16,67	33,33	28,33	526,93	526,93	6323,20
<b>TOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA</b>								<b>526,93</b>	<b>6323,20</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 61:  
MANTENIMIENTO**

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

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

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

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

**CUADRO 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
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>							<b>1830,10</b>	<b>21961,20</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 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
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 62,50</b>	<b>\$ 750,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO NRO.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
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.119,20</b>	<b>\$ 93,27</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 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
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 348,00</b>	<b>\$ 29,00</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**CUADRO 66:  
ARRIENDO DEL LOCAL**

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

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

### ➤ 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 del Recurso Humano para el manejo del Marketing de la empresa, así:

**CUADRO 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	340,00	41,31	14,17	28,33	28,33	452,14	5425,72
<b>TOTAL SUELDOS MARKETING</b>							<b>452,14</b>	<b>5425,72</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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 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
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.280,00</b>	<b>\$ 106,67</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTE

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

**CUADRO 69:  
RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES**

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
<b>COSTO PRIMO</b>		\$ 9.476,40
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 6.311,40	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 3.165,00	
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		\$ 576,93
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 526,93	
MANTENIMIENTO	\$ 50,00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 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	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		\$ 558,81
PUBLICIDAD	\$ 106,67	
SUELDOS MARKETING	\$ 452,14	
<b>IMPREVISTOS 5%</b>		\$ 656,35
<b>TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES</b>		<b>\$ 13.783,37</b>

FUENTE: CUADROS DEL 59 AL 69

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## RESUMEN DE LAS INVERSIONES

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

**CUADRO 70:  
INVERSIONES TOTALES**

<b>INVERSIONES</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 24.611,05</b>
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	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 2.625,00</b>
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	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>\$ 13.783,37</b>
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	
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>		<b>\$ 41.019,41</b>

FUENTE: CUADROS 57, 58 Y 70

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## 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 a la Corporación Financiera Nacional, 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 la CFN 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 71:  
FINANCIAMIENTO**

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

FUENTE: CUADRO 71

ELABORACIÓN: LA AUTORA

A continuación detallamos la tabla de amortización del préstamo

**CUADRO 72:  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS 10,35% ANUAL</b>	<b>DIVIDENDO MENSUAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.000,00</b>		<b>\$ 23.191,25</b>	

FUENTE: CUADRO 72

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## 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 73:  
DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIAC ANUAL	REINVERSI 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: CUADROS DEL 36 AL 42

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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 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: CUADRO 74, TASA DE INFLACIÓN 2013 (2,70%)

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**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 75:  
AMORTIZACIONES**

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

FUENTE: CUADRO 58

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## **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 76:  
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

<b>COSTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>\$ 120.040,06</b>	<b>\$ 123.281,14</b>	<b>\$ 126.609,73</b>	<b>\$ 130.028,19</b>	<b>\$ 133.538,95</b>
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
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 616,20</b>	<b>\$ 632,84</b>	<b>\$ 649,92</b>	<b>\$ 667,47</b>
Mantenimiento	\$ 600,00	\$ 616,20	\$ 632,84	\$ 649,92	\$ 667,47
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 30.178,40</b>	<b>\$ 30.993,22</b>	<b>\$ 31.830,03</b>	<b>\$ 32.689,44</b>	<b>\$ 33.572,06</b>
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
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 6.705,72</b>	<b>\$ 6.886,77</b>	<b>\$ 7.072,72</b>	<b>\$ 7.263,68</b>	<b>\$ 7.459,80</b>
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
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 2.445,82</b>	<b>\$ 2.445,82</b>	<b>\$ 2.445,82</b>	<b>\$ 2.530,87</b>	<b>\$ 2.530,87</b>
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
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 2.278,75</b>	<b>\$ 1.588,75</b>	<b>\$ 898,75</b>	<b>\$ 1.232,34</b>	<b>\$ 525,00</b>
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
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 86.511,93</b>	<b>\$ 88.030,19</b>	<b>\$ 89.608,07</b>	<b>\$ 92.355,82</b>	<b>\$ 94.040,48</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 75.736,82</b>	<b>\$ 77.781,71</b>	<b>\$ 79.881,82</b>	<b>\$ 82.038,63</b>	<b>\$ 84.253,67</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 162.248,75</b>	<b>\$ 165.811,90</b>	<b>\$ 169.489,89</b>	<b>\$ 174.394,45</b>	<b>\$ 178.294,15</b>

FUENTE: CUADRO DEL 58 AL 68 Y DEL 73 AL 76, TASA DE INFLACIÓN AÑO 2013 (2,7%)

ELABORACIÓN: LA AUTORA

## **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 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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL PRIMER AÑO</b>			<b>\$ 86.511,93</b>
Limpieza facial	\$ 88.030,19	45,45%	\$ 40.013,72
Depilaciones		22,73%	\$ 20.006,86
Masajes faciales		31,82%	\$ 28.009,60
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO</b>			<b>\$ 88.030,19</b>
Limpieza facial	\$ 89.608,07	45,45%	\$ 40.730,94
Depilaciones		22,73%	\$ 20.365,47
Masajes faciales		31,82%	\$ 28.511,66
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL TERCER AÑO</b>			<b>\$ 89.608,07</b>
Limpieza facial	\$ 92.355,82	45,45%	\$ 41.979,92
Depilaciones		22,73%	\$ 20.989,96
Masajes faciales		31,82%	\$ 29.385,94
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL CUARTO AÑO</b>			<b>\$ 92.355,82</b>
Limpieza facial	\$ 94.040,48	45,45%	\$ 42.745,67
Depilaciones		22,73%	\$ 21.372,84
Masajes faciales		31,82%	\$ 29.921,97
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN PARA EL QUINTO AÑO</b>			<b>\$ 94.040,48</b>

FUENTE: CUADRO 6, 77

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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 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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 1</b>			<b>\$ 162.248,75</b>
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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 2</b>			<b>\$ 165.811,90</b>
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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 3</b>			<b>\$ 169.489,89</b>
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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 4</b>			<b>\$ 174.394,45</b>
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
<b>TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 5</b>			<b>\$ 178.294,15</b>

FUENTE: CUADRO 59 Y 78 Y TASA DE INFLACIÓN 2013 (2,7%)

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **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 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
<b>INGRESOS TOTALES AÑO 1</b>						<b>\$ 210.923,37</b>
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
<b>INGRESOS TOTALES AÑO 2</b>						<b>\$ 215.555,47</b>
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
<b>INGRESOS TOTALES AÑO 3</b>						<b>\$ 220.336,85</b>
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
<b>INGRESOS TOTALES AÑO 4</b>						<b>\$ 226.712,79</b>
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
<b>INGRESOS TOTALES AÑO 5</b>						<b>\$ 231.782,40</b>

FUENTE: CUADRO 35, 36, 37 Y 79

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas 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 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
(-) 25% 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
<b>(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS</b>	<b>\$ 27.927,07</b>	<b>\$ 28.540,37</b>	<b>\$ 29.173,45</b>	<b>\$ 30.017,64</b>	<b>\$ 30.688,88</b>

FUENTE: CUADRO 79 Y 80

ELABORACIÓN: LA AUTORA

### 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 81:  
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES**

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>120040,06</b>	<b>0,00</b>	<b>133538,95</b>
Materia Prima Directa		75736,82		84253,67
Mano de Obra Directa		37980,04		42251,02
Mano de Obra Indirecta		6323,20		7034,26
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>600,00</b>	<b>0,00</b>	<b>667,47</b>	<b>0,00</b>
Mantenimiento	600,00		667,47	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>30178,40</b>	<b>0,00</b>	<b>33572,06</b>	<b>0,00</b>
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	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>6705,72</b>	<b>0,00</b>	<b>7459,80</b>	<b>0,00</b>
Sueldo de Marketing	5425,72		6035,86	
Publicidad	1280,00		1423,94	
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>2445,82</b>	<b>0,00</b>	<b>2530,87</b>	<b>0,00</b>
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	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2278,75</b>	<b>0,00</b>	<b>525,00</b>	<b>0,00</b>
Amortización de Activo Diferido	525,00		525,00	
Interés de Préstamo	1753,75		0,00	
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>42208,69</b>	<b>120040,06</b>	<b>44755,20</b>	<b>133538,95</b>

FUENTE: CUADRO 77

ELABORACIÓN: LA AUTORA

### ➤ 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**

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

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

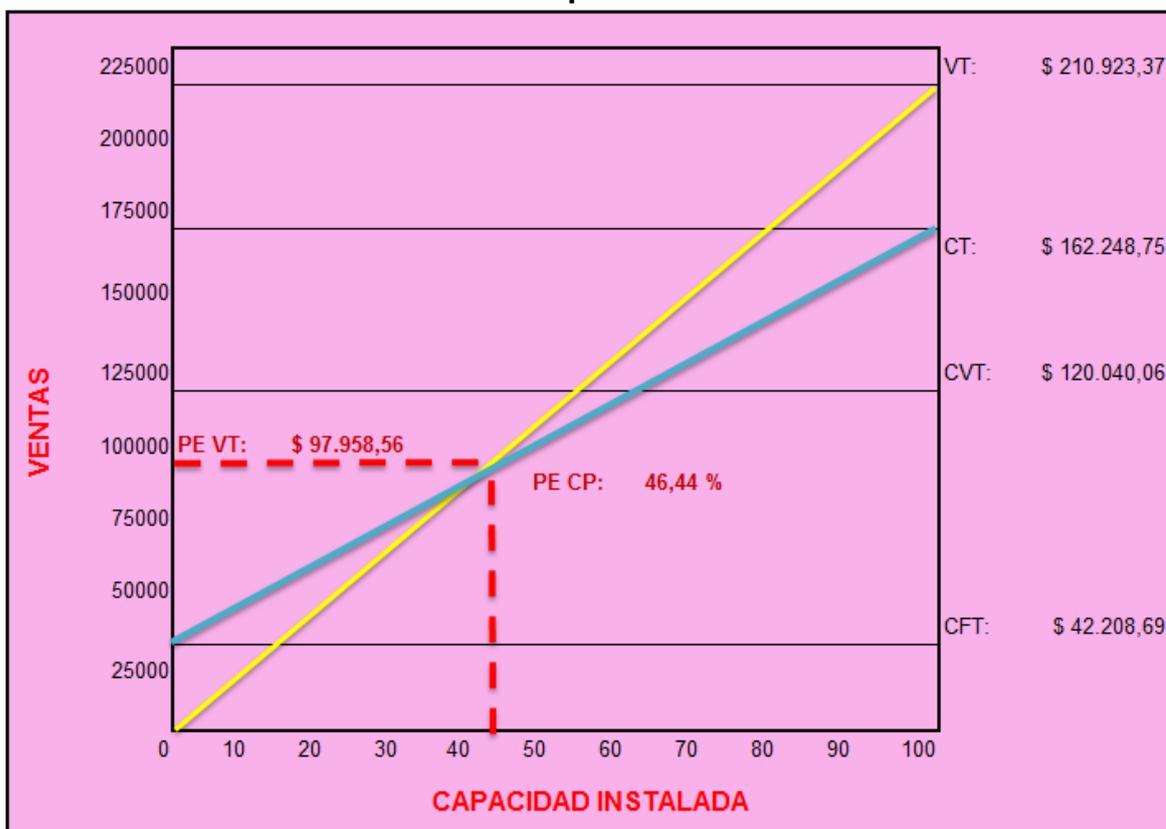
$$PE = \frac{\$ 42.208,69}{1 - 0,569116917}$$

$$PE = \$ 97.958,56$$

## Método Gráfico.

Gráfico 61:

### Punto de Equilibrio Año 1.



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA  
ELABORACIÓN: LA AUTORA

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**

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

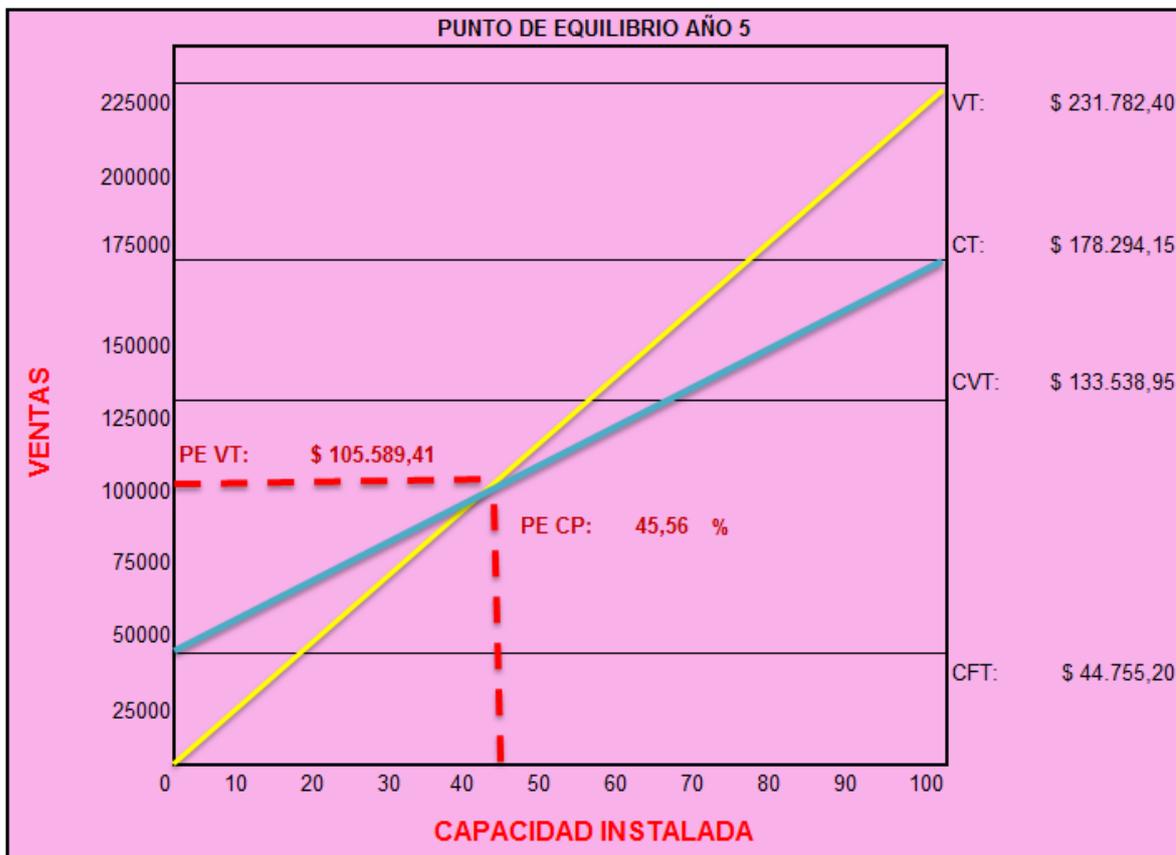
$$PE = \frac{\$ 44.755,20}{1 - \frac{\$ 133.538,95}{\$ 231.782,40}}$$

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

$$PE = \$ 105.589,41$$

## Método Gráfico.

**Gráfico 62:  
Punto de Equilibrio Año 5.**



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA  
ELABORACIÓN: LA AUTORA

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 “BEAUTY SPA”, tenemos el siguiente flujo de caja:

**CUADRO 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
(-) 25% 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
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 34.000,89</b>	<b>\$ 34.682,34</b>	<b>\$ 35.385,76</b>	<b>\$ 36.408,81</b>	<b>\$ 37.154,63</b>

FUENTE: CUADRO 77 Y CUADRO 81

ELABORACIÓN: LA AUTORA

➤ **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 a la CFN, así:

**CUADRO 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
<b>Sumatoria valor actualizado</b>			<b>132.887,36</b>
Inversión			44.802,91
<b>VAN AL 10,35%</b>			<b>88.084,45</b>

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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 el 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 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
		<b>Valor actualizado</b>	<b>45.073,58</b>	<b>Valor actualizado</b>	<b>44.538,41</b>
		Inversión	44.802,91	Inversión	44.802,91
		<b>VAN MENOR</b>	<b>270,67</b>	<b>VAN MAYOR</b>	<b>-264,50</b>

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

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

$$TIR = 72,51 \%$$

En el presente proyecto la TIR es de 72,51 %, siendo esta muy superior a la tasa de interés del crédito bancario (10,35%), por lo cual es conveniente la realización del proyecto.

➤ **Periodo de recuperación de capital**

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

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital:

**CUADRO 85:  
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	44.802,91		
1		34.000,89	34.000,89
2		34.682,34	68.683,23
3		35.385,76	104.068,99
4		36.408,81	140.477,80
5		37.154,63	177.632,43

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

**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.

$$PRI = 1 + \frac{44.802,91 - 34.000,89}{34.682,34}$$

$$PRI = 1,3115$$

$$PRI =$$

$$PRI = 0,3115 \times 12 =$$

$$PRI = 0,7375 \times 30 =$$

$$3,7375 =$$

$$22,124 =$$

**1 AÑO  
3 MESES  
22 DÍAS**

La inversión del proyecto se la recuperará en 1 año, 3 meses y 22 días.

➤ **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 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
<b>TOTAL COSTO ACTUALIZADO</b>			<b>635902,04</b>	<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>		<b>826672,65</b>

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

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

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

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 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	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	42%	VAN MAYOR	43%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
0						-44.802,91		-44.802,91
1	162.248,75	188.841,32	210.923,37	22.082,05	0,704225352	15550,74	0,699300699	15441,996
2	165.811,90	192.988,47	215.555,47	22.567,00	0,495933347	11191,73	0,489021468	11035,747
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
						<b>36,47</b>		<b>-702,60</b>

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

<b>NTIR =</b>	$T_m + DT \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 42$	<b>+</b>	$1 \left( \frac{36,47}{739,06} \right) =$	<b>42,05</b>
<b>Diferencias TIR =</b>	$TIR\ PROYECTO - NUEVA\ TIR =$		$72,51 - 42,05 =$	<b>30,46</b>
<b>Porcentaje de variación =</b>	$DIFERENCIA.\ TIR / TIR\ DEL\ PROYECTO =$	$30,46 /$	$72,51 =$	<b>42,01</b>
<b>Sensibilidad =</b>	$PORCENTAJE\ DE\ VARIACIÓN / NUEVA\ TIR =$	$42,01 /$	$42,05 =$	<b>0,99896</b>

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 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%	VAN MAYOR	43%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
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
						<b>26,58</b>		<b>-712,32</b>

FUENTE: CUADROS 71, 74 Y 83

ELABORACIÓN: LA AUTORA

<b>NTIR</b> =	$T_m + DT \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$	=	42	+	1	$\left( \frac{26,58}{738,90} \right)$	=	<b>42,04</b>
<b>Diferencias TIR</b> =	$TIR \text{ PROYECTO} - NUEVA TIR$	=				72,51 - 42,04	=	30,47
<b>Porcentaje de variación</b> =	$DIFERENCIA. TIR / TIR \text{ DEL PROYECTO}$	=	30,47	/	72,51		=	42,02
<b>Sensibilidad</b> =	$PORCENTAJE \text{ DE VARIACIÓN} / NUEVA TIR$	=	42,02	/	42,04		=	<b>0,99971</b>

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 Cuenca.
- 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 centro estético facial será en la provincia del Azuay, Cantón y Ciudad de Cuenca, parroquia Totoracocha, en las calles Los Andes y Buerán, 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 **“BEAUTY SPA” 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 CUENCA.**

# ***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 “GOOD FACE” en el mercado de la ciudad de Cuenca.
- 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 “GOOD FACE” en la ciudad de Cuenca.

## ***J. BIBLIOGRAFÍA***

### **Libros Consultados**

- BACA URBINA GABRIEL, ***Evaluación de Proyectos 2***, Edición McGraw-Hill, México, D. F. Mx/1997.
- BELL, Martín L., ***Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias***, Edit. Continental S.A., México., 1971.
- JENNER F. ALEGRE, ***Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión***, Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.
- MALDONADO ARIAS FERNANDO, ***Formulación y evaluación de proyectos***, Universidad de Cuenca, 2011.
- M. Rodríguez, M.E. Rodríguez, E. Barbería, J. Durán, M. Muñoz, V. Vera. Revista Ortodoncia Clínica, ***Evolución histórica de los conceptos de belleza facial***, año 2000, pág. 156-163.
- VÁSQUEZ, Víctor Hugo., ***Organización Aplicada***, 1era Ed., Quito-Ecuador., 1985.

### **Páginas Web Consultadas**

- [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec).

# **k. ANEXOS**

## **ANEXO 1: FICHA RESUMEN DEL PROYECTO.**

### **a. TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

### **b. PROBLEMÁTICA**

El término estética proviene del griego (aísthêsis), «sensación». Fue introducido por el filósofo alemán Alexander Gottlieb Baumgarten (1735). Así pues, la historia de la estética, rigurosamente hablando, comenzaría con Baumgarten en el siglo XVIII, sobre todo con la sistematización de esta disciplina realizada por Immanuel Kant. Se podría decir que en Grecia nació la estética como concepto, mientras que con Baumgarten se convirtió en una ciencia filosófica.

La belleza se trata de una idea ligada a la cultura y modo de vida de diferentes grupos de personas, de diferentes lugares. Puede afirmarse que cada persona tiene su propia opinión. Por consiguiente, no es de extrañar que el prototipo de belleza haya experimentado grandes variaciones a lo largo del tiempo.

La gran importancia que las diferentes culturas han concedido a la belleza y sus cuidados, así como el alto grado de complejidad que ha ido adquiriendo a través de la historia, han creado la necesidad de una especialización profunda, concretada en la figura actual de la "esteticista", que precisa de una gran

preparación técnica artística y cultural para ejercer con éxito y eficacia una de las tareas más antiguas del mundo: cuidar y embellecer al ser humano.

El concepto de bienestar personal ha experimentado una evolución en los últimos años, cabe señalar que el negocio de este milenio es la industria del bienestar, pues la gente quiere sentirse y verse bien. Hoy en día la gente dedica tiempo a cuidarse, a tomar vacaciones, al entretenimiento, al conocimiento a través de la lectura o la música. Destaca el surgimiento de Centros Estéticos o de Belleza, y múltiples productos de belleza, faciales, capilares, cosméticos, accesorios y productos de aroma terapia que son utilizados para el cuidado corporal, la relajación y el embellecimiento.

Desde la etapa medieval hasta nuestros días han transcurrido ya muchos años y los Centros Estéticos se han convertido en codiciados lugares donde todos acudimos en busca de mejorar nuestra imagen y calidad de vida, sentirnos relajados, revitalizados, es decir, vernos y sentirnos bien.

En nuestro país se ha visto un incremento considerable del servicio de estética y belleza, por cuanto existen numerosos centros estéticos, unos más sofisticados que otros, lo mismo que ha generado tanto interés que hoy hasta podemos hablar de competitividad en esta clase de servicio, aquí se ha generado mucho interés y cada uno le va otorgando valor al producto que ofrece, esto se debe principalmente a dos razones; la búsqueda constante por parte del cliente de nuevas experiencias y las estrategias de diferenciación que llevan las empresas con el objetivo de ofrecer un producto único en el mercado.

En la ciudad de Cuenca existen algunos centros estéticos que por lo general prestan los servicios de peinado, maquillaje, tintes, manicure, pedicura, cortes de cabello, entre otros, en algunos servicios los costos son accesibles, pero en otros los costos son altos.

Los costos elevados de dichos servicios en la mayoría de centros estéticos en esta ciudad no permiten que todas las personas puedan acceder fácilmente a estos servicios, por la carencia de recursos económicos, y por ende muchas personas descuidan su imagen y calidad de vida.

Así mismo la vida actual nos somete constantemente a presiones, que sin darnos cuenta nos provocan diversos grados de stress, los mismos que se originan por el ambiente de trabajo, fatiga física, ansiedad, tensión, etc., para enfrentar el estrés, existen diferentes técnicas y terapias muy importantes que se ofertan en un centro estético, con personas que no son capacitadas en el ámbito de cuidado de piel y masajes.

Dándose todo esto por la inexistencia de conocimientos en la elaboración de proyectos de inversión para la creación de empresas, por lo que considero conveniente aplicar los conocimientos teóricos a la práctica, vinculando el objeto de estudio con los problemas de la sociedad y por ende dar posibles alternativas de solución, para mejorar la economía del país y particularmente de la Región Sur, teniendo como problema ***“la falta de un estudio de factibilidad para la creación de centros estéticos faciales con precios accesibles para el cliente, en la ciudad de Cuenca conllevan a descuidar la imagen del***

***individuo y por ende de no invertir en el ámbito de servicios estético y facial”.***

Al haber descrito nuestro problema, y con la visión de emprendimiento y con la finalidad de realizar los estudios pertinentes para implantar un Centro Estético Facial en la ciudad de Cuenca, brindando al cliente una gama de alternativas de servicios de estética, siendo accesibles con los precios y garantizando siempre la mejor calidad del servicio.

### **c. JUSTIFICACIÓN.**

#### **JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA**

En el proceso de enseñanza aprendizaje realizado en la Universidad Nacional de Loja, en la Modalidad de Estudios a Distancia, carrera de Administración de empresas, y manteniendo correspondencia con el sistema de enseñanza aprendizaje y su vinculación con la sociedad, debemos poner en práctica los conocimientos adquiridos los mismos que irán en relación y beneficio de la colectividad, por tanto, este proyecto de investigación, es la oportunidad ineludible para emprender.

#### **JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Mediante el presente trabajo investigativo sobre la creación de un Centro Estético Facial, servirá como fuente generadora de empleo y a la vez proporcionar bienestar y belleza a las personas de la ciudad de Cuenca que opten por nuestros servicios y así contribuir con nuestro aporte a la colectividad de la ciudad de Cuenca..

## **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

Este trabajo sirve para que los futuros inversionistas o empresarios conozcan sobre los proyectos factibles de inversión, los mismos que permitan realizar una gestión administrativa dentro de la ciudad de Cuenca de la región sur del país y que las mismas sean competitivas frente a la demanda y cambios del mundo económico actual, así mismo generar riqueza, dinámica comercial y mas flujo de dinero con la generación de una fuente de empleo.

### **d. OBJETIVOS**

#### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad para la creación de un Centro Estético Facial en la ciudad de Cuenca.

#### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- 1.- Efectuar un estudio de mercado, identificando las necesidades y el comportamiento del mercado y así poder determinar la oferta y la demanda del estudio.
- 2.- Realizar un estudio técnico para poder determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
3. Desarrollar el estudio organizacional y legal en el que se indique la estructura organizacional de la empresa.
4. Realizar el estudio económico para conocer el monto de la inversión del proyecto

5. Realizar la evaluación financiera a través de los indicadores de evaluación como el VAN, la TIR, PRC, Relación B/C, Análisis de Sensibilidad, que permitan determinar la rentabilidad del centro estético.

## **e. METODOLOGÍA**

### **1. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para ejecutar el proyecto se aplicarán algunos métodos y técnicas que facilitarán el desarrollo del trabajo investigativo, entre ellos tenemos:

#### **MÉTODOS**

- **Método Científico:** Procedimiento ordenado y lógico que ayudará a la recolección de conceptos, principios, definiciones, leyes y normas generales sobre las fases un proyecto de inversión como son: Estudio de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero.<sup>12</sup>
- **Método Deductivo:** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, que se aplicará a casos individuales y comprobar así su validez.

---

<sup>12</sup> LEIVA ZEA Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, quinta edición, Quito, 2001

- **Método Inductivo:** Es aquel que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares.

Este método se aplicará para obtener información relevante que proporcionen las personas que voy a encuestar, la misma que servirá para procesar, presentar y analizar los datos obtenidos.

En la construcción del presente proyecto de inversión, se aplicará el método deductivo que proporcionará información acerca del mercado para determinar el tamaño de la muestra, en base a datos generales y reales de la población, y también indicar la localización geográfica del centro estético y la demanda potencial y real de las personas que accederán al servicio a ofertar.

- **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. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permitirá conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.<sup>13</sup>

Se aplicará en el proyecto en la etapa de análisis e interpretación de resultados en base a los resultados de la encuesta.

---

<sup>13</sup> <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

- **Método Estadístico:** Este método facilita la homogeneización de las diversas características al reducir el conjunto de variables a un número a través del cual es posible establecer las correlaciones necesarias para la clasificación de lugares o territorios contemplados en el análisis. De esta forma se facilita la categorización no solo de un número de indicadores socioeconómicos sino también de las unidades espaciales.

Mediante este método se obtendrá datos reales de las encuestas aplicadas a la muestra del mercado objetivo, lo que permitirá establecer proyecciones y cálculos mediante los indicadores financieros para conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

## TÉCNICAS

Las técnicas a utilizarse en el presente proyecto son:

- ✓ **Técnica Bibliográfica:** En palabras generales la técnica bibliográfica ayuda a efectuar la búsqueda de materiales mediante la consulta de información. Esta técnica ayudará a recopilar información bibliográfica relacionada con las fases de un proyecto de inversión.
- ✓ **La Observación:** Es una técnica que se la utilizará en forma muy objetiva, la cual permitirá observar las necesidades del mercado potencial. La información obtenida será analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación y comprobación de los objetivos planteados.

- ✓ **Encuesta:** Consiste en formular un banco de preguntas que permitirá recopilar datos para su posterior análisis. Aplicada a la población objetiva, en este caso la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca..
- ✓ **Entrevista:** La entrevista es otra técnica de recolección de datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Es un diálogo directo con una persona que esté capacitada de acuerdo a nuestro tema de investigación, se formulará preguntas estratégicas que permitan obtener la información concreta y segura de lo que deseo conocer para la investigación.

Esta técnica de la entrevista, en el presente proyecto de factibilidad, estará enfocada a los a los propietarios de centros estéticos de la ciudad de Cuenca, ya que se convierten en principales competidores.

## 2. POBLACIÓN Y MUESTRA

El tamaño de la muestra para los potenciales demandantes se lo determinara tomando como base la población económicamente activa femenina de la ciudad de Cuenca, y para los oferentes se considerara el número de centros de estética similares al que se pretende crear, existentes en la mencionada urbe, así:

Nuestro universo lo constituye la PEA de la ciudad de Cuenca; ya que es el mercado meta para los servicios estéticos faciales.

En la ciudad de Cuenca existen, al año 2010, 72.079 mujeres económicamente activas, esto según estudio de indicadores laborales realizado por el INEC.

Una vez obtenido la PEA femenina del 2010, proyectamos esta población al año 2014, con la tasa de crecimiento, que para este caso es de 1,9% anual, así:

**Fórmula de Proyección:**

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

**En donde:**

**PF=** Población futura

**Po=** Población original o base

**i=** tasa de crecimiento

**n=** Número de años o periodos a proyectar

**Cálculo de la Población de la PEA femenina del año 2014:**

$$Pf_{2014} = 72.079 (1+0.019)^4$$

$$Pf_{2014} = 77.715$$

Luego de que se tuvo la PEA femenina de la ciudad de Cuenca en el año 2014 se procedió a calcular el tamaño de la muestra de la siguiente manera:

**Fórmula:**

$$m = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

En donde:

**m**= tamaño de la muestra

**N**= población o universo a estudiarse

**e**= margen de error 5%

$$m = \frac{77.715}{1 + 0,05^2 (77.715)}$$

$$m = 398$$

Se aplicaran entonces 398 encuestas a la PEA femenina de la ciudad de Cuenca.

Para los ofertantes se tomara como referencia la información de la Base de datos del Censo Nacional Económico del INEC del año 2010, la cual nos dice que en la referida urbe existen 17 establecimientos que brindan servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza, con lo cual al constatar directamente en la referida urbe se determinó que de estos, solamente 12 prestan los servicios de estética facial.

Se aplicaran entonces 12 encuestas a los establecimientos que brindan servicios de estética facial en la ciudad de Cuenca.

## ANEXO 2: INFORMACIÓN DEL INEC.

## PEA FEMENINA DE LA CIUDAD DE CUENCA, AÑO 2010

Instituto Nacional de Estadística y Censos | Sistema Integrado de Censos | Redatam::ECLAC/CELADE

redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain

**CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010**  
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC

**INEC**  
instituto nacional de estadística y censos

ANÁLISIS DE DATOS CENSALES

ESTADÍSTICAS BÁSICAS

FRECUENCIAS

PROMEDIOS

CRUCE DE VARIABLES

De Vivienda

De Hogar

De Población

De Emigrantes

Cruce Múltiple

LISTA DE VARIABLES

INFORMACIÓN GENERAL

CEPAL/CELADE Redatam+ SP 1/27/2015

Base de datos  
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010

Filtro  
VIVIENDA.UR=1

Área Geográfica  
Selección:PROVIN\_01.sel

Título  
PEA 2010 CIUDAD DE CUENCA

Crosstab  
de Grupo de ocupación (Primer Nivel)  
por Sexo

AREA # 010150 CUENCA

Grupo de ocupación (Primer Nivel)	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Directores y gerentes	3,632	2,417	6,049
Profesionales científicos e intelectuales	10,840	11,544	22,384
Técnicos y profesionales del nivel medio	5,351	4,375	9,726
Personal de apoyo administrativo	6,065	9,181	15,246
Trabajadores de los servicios y vendedores	15,898	21,230	37,128
Agricultores y trabajadores calificados	1,825	1,626	3,451
Oficiales, operarios y artesanos	20,145	6,643	26,788
Operadores de instalaciones y maquinaria	10,509	1,063	11,572
Ocupaciones elementales	6,333	9,064	15,397
Ocupaciones militares	1,511	88	1,599
no declarado	2,517	2,775	5,292
Trabajador nuevo	2,044	2,073	4,117
<b>Total</b>	<b>86,670</b>	<b>72,079</b>	<b>158,749</b>

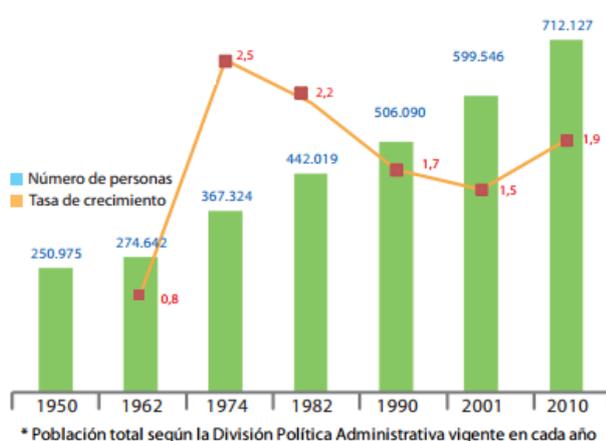
## TASA DE CRECIMIENTO DE CUENCA, AÑO 2010



### ¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?



\*Mujeres de 15 a 49 años de edad.



\* Población total según la División Política Administrativa vigente en cada año

## ESTABLECIMIENTOS DE ESTÉTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA, AÑO 2010

artesanos calificados DE C x Sistema Integrado de Con x Redatam::ECLAC/CELADE x

redatam.inec.gov.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl

**censo2010**  
NACIONAL ECONOMICO

**Base de datos de los resultados del Censo Nacional Económico**

INEC

ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS

Características Básicas

Variables de Establecimientos Económicos

Promedios (En miles de dólares)

Medianas (En miles de dólares)

Suma (En miles de dólares)

Cruce de Variables

Lista de Variables

Ranking De Establecimientos Económicos

INFORMACIÓN

Variables de Establecimientos Económicos

Tabla

DESCRIPCION CIU SECUNDARIA A CUATRODIGITO

CEPAL/CELADE Redatam+SP 1/27/2015

Base de datos  
CENSO ECONOMICO  
Área Geográfica  
INLINE SELECTION  
Título  
DESCRIPCION CIU SECUNDARIA A CUATRODIGITO  
Frecuencia  
de DESCRIPCION CIU SECUNDARIA A CUATRODIGITO

AREA # 0101 CUENCA

DESCRIPCION CIU SECUNDARIA A CUATRODIGITO	Casos	% Acumulado	%
Cultivo de hortalizas y melones, raíces y tubérculos.	1	0.02	0.02
Cría de otros animales.	2	0.05	0.07
Actividades de apoyo a la agricultura.	1	0.02	0.09
Extracción de piedra, arena y arcilla.	1	0.02	0.12
Actividades de apoyo para la extracción de petróleo y gas natural.	1	0.02	0.14
Elaboración v conservación de frutas, leumbres v hortalizas.	1	0.02	0.16
Reparación de aparatos de uso doméstico y equipo doméstico y de jardinería.	7	0.16	97.20
Reparación de calzado y artículos de cuero.	8	0.19	97.39
Reparación de muebles y accesorios domésticos.	17	0.39	97.78
Reparación de otros bienes personales y enseres domésticos.	62	1.43	99.21
Lavado y limpieza, incluida la limpieza en seco, de productos textiles y de piel.	4	0.09	99.31
Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.	17	0.39	99.70
Pompas fúnebres y actividades conexas.	4	0.09	99.79
Otras actividades de servicios personales n.c.p.	9	0.21	100.00
<b>Total</b>	<b>4,322</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

**ANEXO 3: FORMATO DE ENCUESTA PARA PEA DE LA CIUDAD DE CUENCA.**



**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 CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**, 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 Cuenca 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 los servicios de Estetica 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 Cuenca le gustaría que esté ubicado el nuevo centro estético facial?**

- Cañaribamba ( )

- Totoracocha ( )

- Yanuncay ( )

**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**

## ANEXO 4: FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS CENTROS ESTÉTICOS.



### 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 CENTRO ESTÉTICO FACIAL EN LA CIUDAD DE CUENCA”**, 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?**

- Subenir Promocional ( )
- Descuentos ( )
- Productos promocionales gratis ( )
- Ninguna ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

# ÍNDICE

TEMÁTICA	PÁGINA
Certificación	II
Autoría	III
Carta de Autorización	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Título	1
Resumen	2
Introducción	8
Revisión de Literatura	10
Marco Referencial	10
Marco Conceptual	14
Materiales y Métodos	37
Materiales	37
Métodos	38
Técnicas	40
Tamaño de la muestra	41
Resultados	44
Discusión	67
Estudio de Mercado	67
Estudio Técnico	78
Estudio Administrativo	111
Estudio Financiero	136
Evaluación Económica	167
Conclusiones	175
Recomendaciones	177
Bibliografía	178
Anexos	179
Índice	200