

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Estudio de factibilidad para la implementación del Centro Estético de Uñas Beauty Nails en una zona residencial del norte de Guayaquil.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Economía con mención en Gestión Empresarial

Presentado por:

Karen Michelle Carriel Yagual

Cindy Lorena Villamar Baquerizo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2018

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada especialmente a Dios por guiar mis pasos para la culminación de mi trabajo de Grado. A mis padres por haberme apoyado con su amor, esfuerzo, sacrificio y paciencia incondicional para lograr unos de mis más grandes objetivos en esta etapa universitaria.

Karen Carriel Yagual

El presente proyecto lo dedico principalmente a Dios por darme fuerzas y salud para poder seguir adelante y concluir esta etapa de mi vida. De igual manera este trabajo se lo dedico a mi madre quien día a día me brindó su apoyo incondicional para alcanzar esta meta.

Cindy Villamar Baquerizo

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres por formar bases fundamentales para concluir esta etapa de mi carrera profesional. A mis profesores por ser una guía en el camino del saber. Por último y no menos importante, a Dios por brindarme salud y sabiduría durante todo este proceso.

Karen Carriel Yagual

Mi más sincero agradecimiento a Dios, mi familia y amigos quienes día a día aportaron de una u otra manera en esta etapa de mi vida. De igual manera a la Ec. Mariela Pérez por guiarnos en la elaboración de este documento y a cada uno de los profesores que me impartieron sus conocimientos y me permitieron crecer académica y profesionalmente.

Cindy Villamar Baquerizo

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Karen Michelle Carriel Yagual y Cindy Lorena Villamar Baquerizo damos nuestro consentimiento para que la ESPOI realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Karen Michelle Carriel
Yagual

Cindy Lorena Villamar
Baquerizo

EVALUADORES

.....
Ec Mariela Pérez Moncayo

PROFESOR DE LA MATERIA

.....
Ec. Mariela Pérez Moncayo

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El cuidado de la apariencia personal y belleza ha tenido un crecimiento notable a nivel mundial. El Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC) indicó que el continente con mayor crecimiento interanual (+17%) en aseo y belleza fue América Latina (El Telégrafo, 2017). El presente trabajo de investigación tiene como objetivo elaborar un estudio de factibilidad con el fin de conocer la viabilidad de la implementación del centro estético de uñas “*Beauty Nails*”, mediante la elaboración de un plan de negocio que cubra la demanda insatisfecha del sector de Mucho Lote 2 norte de Guayaquil. El estudio abarcó a) análisis del servicio que se va a ofrecer; b) estudio de mercado; c) estudio técnico y organizacional; d) estudio económico y financiero y e) análisis de sensibilidad. De los estudios se determinó que existe una demanda insatisfecha en el sector, las cuales aseguraron que lo más importante de este servicio es la calidad y variedad de los productos y la atención del personal. En conclusión, el negocio es viable puesto que permite recuperar la inversión del mismo con márgenes de utilidad aceptables y en un tiempo máximo de dos años aproximadamente.

Palabras Clave: Análisis de sensibilidad, flujo de caja, factibilidad, PAYBACK, VAN, TIR.

ABSTRACT

The care of personal appearance and beauty has had a remarkable growth worldwide. The Council of the Cosmetics, Personal Cleanliness and Home Care of Latin America (CASIC) indicated that the continent with the highest year-on-year growth (+ 17%) in hygiene and beauty was Latin America (El Telégrafo, 2017). The aim of this research work is to prepare a feasibility study in order to know the feasibility of the implementation of the "Beauty Nails" aesthetic nail center, through the elaboration of a business plan that covers the unmet demand of the sector of Mucho Lote 2 north of Guayaquil. The study included a) analysis of the service that will be offered; b) market study; c) technical and organizational study; d) economic and financial study and e) sensitivity analysis. From the studies it was determined that there is an unmet demand in the sector, which ensured that the most important of this service is the quality and variety of the products and the attention of the staff. In conclusion, the business is viable since it allows to recover the investment of the same with acceptable profit margins and in a maximum time of approximately two years.

Keywords: *Sensitivity analysis, cash flow, feasibility, PAYBACK, VAN, TIR.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	5
RESUMEN	I
<i>ABSTRACT</i>	II
ÍNDICE GENERAL	III
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE ANEXOS	VIII
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Justificación del problema	1
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general.....	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Marco teórico	3
1.4.1 Análisis de la industria	3
1.4.2 Antecedentes referenciales.....	4
1.4.3 Marco conceptual	6
CAPÍTULO 2.....	7
2. METODOLOGÍA.....	7
2.1 Metodología y proceso investigativo.....	7
2.2 Alcance de la investigación	7
2.3 Planteamiento de hipótesis	8
2.4 Diseño de la investigación.....	9
CAPÍTULO 3.....	11
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	11

3.1	Estudio de Mercado	11
3.1.1	Definición del servicio	11
3.1.2	Descripción y beneficios del servicio.....	11
3.1.3	Logo	12
3.1.4	Análisis del FODA.....	12
3.1.5	Análisis de la Demanda	13
3.1.6	Análisis de la Oferta.....	15
3.1.7	Demanda Insatisfecha	15
3.1.8	Análisis del sector	16
3.1.9	Investigación de Mercados	17
3.2	Estudio Técnico.....	21
3.2.1	Proceso productivo	21
3.2.2	Balance de maquinaria y equipos	22
3.2.3	Balance de personal	22
3.2.4	Balance de materiales	23
3.2.5	Determinación del tamaño	24
3.2.6	Estudio de localización	25
3.3	Estudio Organizacional	27
3.3.1	Misión	27
3.3.2	Visión.....	27
3.3.3	Organigrama.....	28
3.3.4	Manual de funciones.....	28
3.4	Estudio Legal	30
3.5	Estudio Financiero.....	32
3.5.1	Estimación de los costos	32
3.5.2	Ingresos del proyecto.....	34
3.5.3	Inversiones y financiamiento del proyecto.....	35

3.5.4	Análisis del punto de equilibrio.....	36
3.5.5	Tasa de descuento	37
3.5.6	Flujo de Caja	38
3.5.7	Análisis de sensibilidad.....	41
CAPÍTULO 4.....		43
4.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	43
CAPÍTULO 5.....		47
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
	RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA		49
6.	BIBLIOGRAFÍA	49
7.	APÉNDICE.....	52
8.	ANEXOS	57
8.1	ANEXO A ENCUESTA.....	57
8.2	ANEXO B ENTREVISTA A EXPERTO.....	60
8.3	ANEXO C. TABULACIONES DE LAS ENCUESTAS.....	69
8.4	ANEXO D FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	75
8.5	ANEXO E COTIZACIONES.....	76
8.6	ANEXO F COTIZACIONES.....	78
8.7	ANEXO G COTIZACIONES	79
8.8	ANEXO H VALOR DE DESECHO.....	80
8.9	ANEXO I CAPITAL DE TRABAJO.....	81
8.10	ANEXO J PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS	81
8.11	ANEXO K PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES.....	81
8.12	ANEXO L FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN.....	82
8.13	ANEXO M FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 2.1 Diseño de Investigación	10
Ilustración 3.1. Logo de Beauty Nails.	12
Ilustración 3.2 Análisis FODA.....	13
Ilustración 3.3 Fórmula de la demanda Insatisfecha	16
Ilustración 3.4 Layout Beauty Nails	27
Ilustración 3.5 Organigrama de la empresa.....	28
Ilustración 3.6 Proceso de constitución de una compañía	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Hipótesis de la Investigación	9
Tabla 3.1 Descripción y características del servicio.....	11
Tabla 3.2. Proyección de la demanda 2018-2023	14
Tabla 3.3 Segmentación de la demanda	14
Tabla 3.4 Cálculo de la demanda efectiva del proyecto.....	14
Tabla 3.5 Cantidad aproximada de oferta de la competencia con estructura organizacional similar.....	15
Tabla 3.6 Proyección de la Oferta	15
Tabla 3.7 Demanda Insatisfecha	16
Tabla 3.8 Preguntas de la encuesta.....	19
Tabla 3.9 Balance de Maquinaria y Equipo	22
Tabla 3.10 Evolución Salarial	23
Tabla 3.11 Balance de Personal	23
Tabla 3.12 Balance de Materiales	24
Tabla 3.13 Capacidad Instalada	25
Tabla 3.14 Método cualitativo por puntos.....	26
Tabla 3.15 Gastos Pre-Operativos	32
Tabla 3.16 Detalle de los costos mensuales de salarios	33
Tabla 3.17 Costos fijos.....	33
Tabla 3.18. Costos variables por servicios	34
Tabla 3.19 Ingresos por servicios.....	35
Tabla 3.20 Inversión Total.....	35
Tabla 3.21 Plan de financiamiento	36
Tabla 3.22 Amortización de la deuda	36
Tabla 3.23 Punto de Equilibrio	37
Tabla 3.24 CAPM.....	38
Tabla 3.25 WACC	38
Tabla 3.26 Flujo de caja del proyecto.....	39
Tabla 3.27 Flujo del inversionista	40
Tabla 4.1 Criterios Financieros.....	46

ÍNDICE DE ANEXOS

8.1	ANEXO A ENCUESTA	57
8.2	ANEXO B ENTREVISTA A EXPERTO	60
8.3	ANEXO C. TABULACIONES DE LAS ENCUESTAS.....	69
8.4	ANEXO D FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	75
8.5	ANEXO E COTIZACIONES	76
8.6	ANEXO F COTIZACIONES	78
8.7	ANEXO G COTIZACIONES	79
8.8	ANEXO H VALOR DE DESECHO	80
8.9	ANEXO I CAPITAL DE TRABAJO.....	81
8.10	ANEXO J PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS	81
8.11	ANEXO K PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES.....	81
8.12	ANEXO L FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN	82
8.13	ANEXO M FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN	83

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del problema

El cuidado de la apariencia personal y belleza ha tenido un crecimiento notable a nivel mundial. El Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC) indicó que el continente con mayor crecimiento interanual (+17%) en aseo y belleza fue América Latina (El Telégrafo, 2017)

En Ecuador, la Asociación Ecuatoriana de Productores y Comercializadores de Cosméticos, Perfumes y Productos de Cuidado Personal (Procosméticos) encontró que 98 de cada 100 personas tienen en sus hogares al menos cinco productos cosméticos (Revista Gestión, 2013). Esta tendencia se corrobora porque el sector representó el 1% del PIB (Cámara de Industrias del Guayas, 2018). Además, obtuvo ventas de \$562 millones de dólares y un gasto per cápita de \$350 dólares para el año 2017 (Gonzalez, 2018).

Con este antecedente, se evidencia que el tema del cuidado personal y estético promueve la apertura de negocios con crecimiento sostenible en ciudades abiertas recientemente, es decir, la posibilidad de crear emprendimientos con el fin de cubrir una demanda insatisfecha que de acuerdo al Municipio de Guayaquil alrededor de 7.733 casas de un sector del norte de Guayaquil, no cuentan con un centro estético especializado en uñas. (Municipalidad de Guayaquil, 2018)

Por lo tanto, la presente investigación plantea un estudio de factibilidad de la implementación de un centro estético de uñas en Mucho Lote 2 que permita cuantificar la demanda insatisfecha y a su vez, conocer gustos y preferencias que identifiquen las características y viabilidad del negocio.

1.2 Justificación del problema

El sector de Mucho Lote 2, ubicado al norte de Guayaquil, fue inaugurado en el 2013; esta zona posee un crecimiento de población constante y cuenta con ciertos salones de belleza, pero no con un centro estético especializado en uñas. En consecuencia, existe

una demanda insatisfecha que brinda la oportunidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de este emprendimiento en el sector mencionado.

Lo antes dicho, conlleva al análisis y aplicación de conceptos económicos, financieros, administrativos y de Marketing que reconozca si el negocio es viable o no, si beneficia la economía de un sector del norte de Guayaquil y a su vez brinde oportunidades de empleo que satisfaga, asimismo, la necesidad central.

El presente trabajo aportará con los análisis financieros y estratégicos necesarios para la determinación de un estudio de factibilidad, así como también información primaria y secundaria sobre la industria, últimas tendencias y variedad de servicios relacionados con el cuidado de las uñas, permitiendo a los usuarios satisfacer sus necesidades de acuerdo a sus gustos y preferencias.

El primer estudio ayudará a conocer la viabilidad del negocio mediante un flujo de caja proyectado, el cual incluye ratios como: VAN, TIR, PAYBACK y establecer el punto de equilibrio. Y en el caso del análisis estratégico se espera que el Salón de Uñas que se denominará "Beauty Nails" se constituya como una sociedad de responsabilidad limitada y una estructura orgánica jerarquizada formada con menos de 10 de trabajadores.

En definitiva, este trabajo otorgará información relevante para aquellas personas que deseen evaluar la posibilidad de abrir un negocio o comprar una franquicia de uñas en este sector residencial del norte de Guayaquil.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad con el fin de conocer la viabilidad de la implementación del centro estético de uñas "Beauty Nails", mediante la elaboración de un plan de negocio que cubra la demanda insatisfecha del sector de Mucho Lote 2 norte de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos específicos

- Ejecutar un estudio de mercado para la identificación de la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los clientes potenciales, con el fin de la satisfacción futura de sus necesidades.

- Establecer estrategias de Marketing, para conformar una cartera de clientes satisfechos.
- Aplicar un estudio técnico y organizacional para la determinación de la capacidad óptima instalada, la localización estratégica y una estructura orgánica del salón de uñas.
- Elaborar un análisis financiero para la determinación de la viabilidad que permita el desarrollo del plan de negocio.
- Desarrollar un análisis de sensibilidad para la identificación de las variables relevantes que afecten a la implementación del negocio.

1.4 Marco teórico

Este apartado estará constituido por una revisión literaria, además de la definición de conceptos y teorías con el fin de otorgar fundamentos teóricos válidos para la sustentación del presente trabajo.

1.4.1 Análisis de la industria

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) se caracterizan por ser el sector que tiene el mayor número de compañías constituidas en Latinoamérica. Su concepto varía de acuerdo a las condiciones propias de los países; sin embargo, comparten bases teóricas similares. En Ecuador, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en el artículo 53 indica: “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios” (Codigo Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], 2016, pág. 23). De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) existen un total de 843,745 empresas en Ecuador, de las que el 90% son MIPYMEs (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2016). De tal forma, podemos constatar que estas empresas son las que mayor contribuye al desarrollo económico y productividad del país.

A su vez, el INEC nos informa que la mayor concentración se encuentra en el sector de servicios con el 40,59% del total de las empresas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2016). De acuerdo a lo preliminar, este sector es uno de los más heterogéneos y mantiene un crecimiento continuo debido a que se complementa con otros sectores de la economía. El crecimiento del sector es incentivado por diversos

factores. En el año 2017, se realizó la unificación normativa de la Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal y la Comisión Legislativa de Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa cuyo objetivo es:

Ordenar y unificar en un solo cuerpo legal los beneficios e incentivos necesarios para el desarrollo y crecimiento productivo de este sector tan importante para la economía, de manera que lleguen a todos los artesanos por igual. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

La competitividad, el bachillerato artesanal y la certificación profesional son algunos beneficios promovidos por dicha la ley, la cual ha producido una respuesta empresarial inmediata. Es así como una de las actividades económicas más relevantes que cuenta con un crecimiento anual del 10% en los últimos años es la implementación de centros estéticos. (Revista Gestión, 2013, pág. 46)

En lo que respecta al ámbito económico, esta actividad comercial es alrededor del 1,60% del PIB con ingresos anuales de hasta 10 mil dólares para el año 2014 (Revista Gestión & El Universo, 2014). La Superintendencia de Compañías clasifica a estos negocios como otras actividades de servicios personales con código CIIU: S9602.00, el que comprende actividades como lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación, manicura, pedicura y otras actividades similares para hombres y mujeres. Conforme al censo nacional económico del 2010, se encontró 14,426 establecimientos que corresponde a actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza, de los que el 17,89% se registraron en Guayaquil hasta ese año. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2011).

Todo lo dicho, representa en este sector la existencia de potenciales mercados por todas las características que posee. Este análisis de la industria de belleza con lleva a realizar a continuación una revisión de antecedentes acerca de estudios pasado dentro del área del conocimiento.

1.4.2 Antecedentes referenciales

El sector de la belleza cuenta con múltiples investigaciones y proyectos a nivel internacional y nacional que construyen los antecedentes referenciales para la

fundamentación teórica del presente trabajo. ReportBuyer en Reino Unido realiza una investigación del mercado del cuidado de uñas mediante un análisis cuantitativo y cualitativo con la finalidad de pronosticar el tamaño del mercado estimado sobre la base tasa de crecimiento anual compuesto; además de conocer la dinámica del mismo y regulaciones que afectan al sector; obteniendo resultados como: el incremento en los tratamientos de manicure y pedicure, aumento de productos orgánicos para la protección de uñas y estrategias de precio y promoción de los principales actores del mercado. (Report Buyer , 2017).

En efecto, esta tendencia del cuidado de las uñas e implementación de centro estéticos especializados en ellas recorre todo el mundo. Un ejemplo de ello es la investigación que realizó el New York Times acerca de la empresa MiniLuxe. Los fundadores de este salón de uñas vieron la necesidad de un cambio de imagen del sector, por lo tanto, reinventaron el negocio aplicando las mejores prácticas tomadas de otras empresas como Starbucks. La metodología aplicada fue la combinación de un diseño de sistemas y cultura de la empresa cuyo resultado fue el liderazgo en la ciudad de Boston, Estados Unidos, obteniendo ocho ubicaciones en esta ciudad y con planes de expansión a nivel nacional. (Max, 2015).

De manera similar con el presente trabajo, la Universidad de Mae Fah Luang (Tailandia) realizó un estudio de factibilidad para implementación de un salón de uñas llevado a cabo mediante un estudio de mercado, técnico, financiero, además de un análisis del perfil de la industria y de gestión de riesgo, dando como resultado un trabajo que aporta en la toma de decisiones para los inversionistas del sector. (Mae Fah Luang University, 2011).

A nivel nacional también se cuenta con proyectos dentro de la industria de la belleza como el realizado por Ing. Comercial Viviana Masache León en la Universidad Nacional de Loja. El estudio de factibilidad para la implementación de un centro de belleza en la ciudad de Catacocha, tuvo la finalidad satisfacer las necesidades del cuidado personal de la mujer de esa ciudad. Este estudio se lo realizó a través de una investigación de mercado mediante el uso de encuestas y técnicas de observación, métodos inductivo y deductivo, análisis financiero y de sensibilidad. Los resultados que se obtuvo fueron: la existencia de una demanda insatisfecha aproximadamente de 40,570 servicios anuales,

de los cuales 47% son manicure y el 16% son pedicure; la mejor opción de financiamiento fue una combinación interna y externa. (Masache, 2018)

Es también muy importante que se considere la revisión de definiciones básicas en la industria de uñas que tengan que ver con aspectos financieros, técnicos, legales y económicos que son estudiadas en el siguiente apartado.

1.4.3 Marco conceptual

El marco conceptual es la integración sistematizada de conceptos, teorías, definiciones y argumentos que ayudan entender la problemática, metodología e interpretación de los resultados para brindar una percepción general del trabajo que se está desarrollando (Vidal, 2014). La definición de la estructura del estudio de factibilidad y los conceptos que se integran en el desarrollo de este proyecto se encuentra en la sección apéndice al final del documento.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Metodología y proceso investigativo

La metodología implementada para determinar la factibilidad del presente proyecto fue la elaboración de un plan de negocios que abarcó a) análisis del servicio que se va a ofrecer; b) estudio de mercado; c) estudio técnico y organizacional; d) estudio económico y financiero y e) análisis de sensibilidad. La presente investigación tuvo un enfoque mixto; debido a que utilizó la recolección de datos y análisis financiero, económico y estadístico para probar las preposiciones planteadas. Además, se estableció el alcance, planteamiento de hipótesis, diseño, métodos y técnicas del proceso de investigación.

2.2 Alcance de la investigación

La identificación del alcance de una investigación mixta depende de los objetivos específicos, a su vez se deriva del marco teórico y las perspectivas del negocio. La determinación requiere definir previamente los conceptos de alcance exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

Por un lado, el estudio exploratorio tiene como fin analizar fenómenos usualmente no estudiado o novedoso, aunque no cuenta con suficiente información. Sin embargo, determinan nuevas teorías y sirve como fundamento para futuras investigaciones. El estudio descriptivo, en cambio, busca identificar el perfil, propiedades, rasgos y características de un fenómeno. Además, revela las dimensiones precisas e identifica las variables a ser medidas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Por otro lado, el estudio correlacional determina el grado de asociación de un grupo de variables a través de un patrón común. Así mismo, necesita definir hipótesis que se sometan a pruebas de tal manera que fundamenten la correlación entre las categorías, fenómenos o variables en cuestión y el estudio explicativo es altamente estructurado debido a que encuentra la causalidad de sucesos o fenómenos, mostrando un sentido de entendimiento sobre ellos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Una vez definidos todos los conceptos se determinó que la investigación mixta se inició con un alcance descriptivo, es decir, la revisión de literatura acerca de la industria de belleza, estudios de factibilidad llevados con anterioridad y levantamiento de información a través de encuestas para determinar el perfil del consumidor y la factibilidad de un centro estético de uñas. Asimismo, contó con un alcance correlacional, debido a que se realizó un análisis de las diferentes variables como demanda, oferta, precio e inventarios en algunos escenarios que propongan un análisis de sensibilidad.

2.3 Planteamiento de hipótesis

El planteamiento de hipótesis brinda definiciones y resultados provisionales acerca de la asociación de las variables. De acuerdo a los objetivos específicos se establecieron las hipótesis y luego se formularon las preguntas de la investigación de mercado mostradas a continuación:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
<p>OE1: Ejecutar un estudio de mercado para la identificación de la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los clientes potenciales, con el fin de satisfacer sus necesidades.</p>	El 30% de los encuestados acuden a un centro estético de uñas una vez al mes.	¿Con qué frecuencia los clientes acuden a un centro estético de uñas?
	El 60% de los clientes desea un centro estético de uñas en el sector de Mucho Lote 2.	¿Es agrado del encuestado que exista un centro estético de uñas en el que se ofrezca una atención exclusiva con productos de calidad?
	El norte de Guayaquil es el sector con mayor presencia de salones de uñas.	¿En qué sector de Guayaquil está situado el salón de uñas que los clientes acuden con mayor frecuencia?
	Los consumidores prefieren arreglarse las uñas en un salón de uñas.	¿Cuál de los siguientes lugares es preferido por los usuarios para arreglarse sus uñas?
	Los clientes prefieren ahorrar su tiempo teniendo una previa cita en el salón de uñas.	¿Qué atención se brindará en el salón de uñas?
	Los factores que influyen en la elección de un centro estético de uñas son precio, atención y tiempo.	¿Cuáles son las preferencias de los clientes que consideran más importante al momento de adquirir el servicio de pedicure y manicure?
	El horario de preferencia de la cliente para asistir al salón de uñas es en la tarde	¿Cuáles son los horarios de la preferencia para acudir al salón de uñas?
	<p>OE2: Establecer estrategias de Marketing, para conformar una cartera de clientes satisfechos.</p>	Los servicios adicionales más requeridos por los clientes son maquillaje y depilación de cejas.

	Los medios de comunicación más utilizados para posicionamiento de la marca son redes sociales y volantes.	¿Cuáles son los medios por el cual al consumidor le gustaría recibir información sobre las promociones y novedades de Beauty Nails?
	El 40% de los clientes le gustaría la implementación de una página web o aplicación móvil del negocio.	¿Tendrá aceptación del cliente la página Web o aplicación donde se pueda dar a conocer la disponibilidad y separación de turno?
OE3: Aplicar un estudio técnico y operacional para la determinación de la capacidad óptima instalada, la localización estratégica y una estructura orgánica del salón de uñas.	El negocio se constituye como una empresa microempresa, con una estructura orgánica jerarquizada formada con menos de 10 de trabajadores en el sector de Mucho Lote 2.	¿La capacidad instalada, organización estructural y localización estratégica contribuye al servicio óptimo para una empresa que recién inicia?
OE4: Elaborar un análisis financiero para la determinación de la viabilidad que permita el desarrollo del plan de negocio	El centro estético de uñas tiene flujo de caja con VAN positivo.	¿Es factible la implementación de un centro estético de uñas "Beauty Nails"?
OE5: Desarrollar un análisis de sensibilidad para la identificación de las variables relevantes que afecten a la implementación del negocio	El proyecto no es riesgoso ya que no es sensible ante variaciones del precio o cantidad de insumos o productos, arrojando un VAN positivo en los diferentes escenarios.	¿La evaluación del proyecto será sensible ante las variaciones de uno o más parámetros?

Tabla 2.1 Hipótesis de la Investigación

Fuente: Elaborado por autoras.

2.4 Diseño de la investigación

El propósito del diseño de investigación es cumplir con los objetivos establecidos, responder a las preguntas de investigación y probar las hipótesis de acuerdo los alcances del estudio. Este proyecto contó con un diseño no experimental - transversal dado que se observó a los individuos en su entorno natural o situaciones ya existentes, y se recolectó datos en el mes de diciembre en Mucho Lote 2.

Adicionalmente del esquema principal se derivó un diseño descriptivo y correlacional. El diseño descriptivo tuvo como objetivo detallar las características del mercado, perfil del consumidor, estrategias de marketing y el proceso de servicio óptimo. Por su parte, el correlacional estableció la relación u asociación de variables para conocer las preferencias del consumidor al momento de distribuir su riqueza en servicios estéticos de uñas.

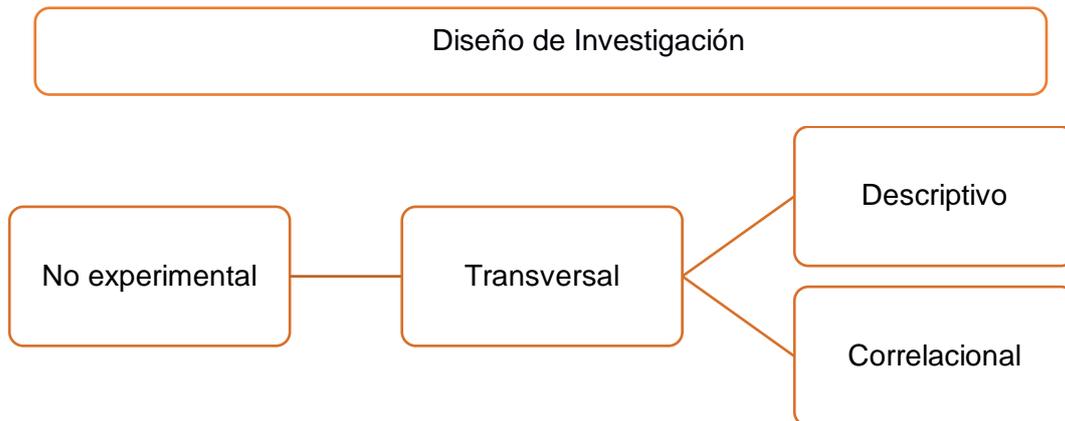


Ilustración 2.1 Diseño de Investigación
Fuente: Elaborado por autoras.

La presente investigación mixta aplicó un método deductivo debido a que se fundamentó con una revisión de conceptos, teorías y literatura para la elaboración del estudio de factibilidad. Dicho de otra manera, las conclusiones del análisis financiero, de mercado, técnico y organizacional obtenidas en este trabajo pueden ser generalizadas para la toma de decisiones de los inversores.

Este método es pertinente porque es el más adecuado para el análisis de empresas (Cabrera, 2010). El mismo se inició con la formulación de hipótesis que detallan la fenomenología el centro estético de uñas y fue a través de la proyección de la situación económica del negocio y los diferentes estudios realizados que se obtuvieron resultados primordiales para su administración.

Este estudio de factibilidad aplicó dos técnicas de investigación para la obtención de información primaria tal como: la encuesta y entrevista a experto de la respectiva área del saber. Estas técnicas tienen como objetivo la recopilación de datos sobre el mercado, plaza, precio, promoción y el servicio. La información secundaria que consiste en información existente o análisis previos realizados por otras personas.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Estudio de Mercado

3.1.1 Definición del servicio

“Beauty Nails” es un centro estético de uñas donde, tanto mujeres como hombres podrán poner el cuidado de sus uñas en manos de profesionales altamente capacitados, con las últimas tendencias del mercado y con productos de calidad en el sector de Mucho Lote 2, norte de Guayaquil. Además, el servicio es personalizado y a base de las necesidades y gustos de cada cliente, así mismo ofrece un ambiente confortable y amigable.

3.1.2 Descripción y beneficios del servicio

Características	Descripción y beneficios del servicio
Personal altamente calificado	Los clientes serán atendidos por un personal altamente calificado, escogido después de un proceso de selección.
Capacitaciones Constantemente	El personal será capacitado constantemente sobre los productos, atención al cliente y últimas tendencias en el cuidado e imagen de las uñas.
Zona de productos	Los productos que se utilizarán para los distintos servicios serán de marcas muy reconocidas y de alta duración para satisfacción del cliente, que estarán en un área específica para que la persona pueda escoger según sus gustos y preferencias.
Sala de espera acogedoras – Zona wifi- Café	Beauty Nails contará con una sala de espera donde el cliente puede acceder a internet, ver películas o tomar una taza de café o agua, mientras espera ser atendido de ser el caso.

Tabla 3.1 Descripción y características del servicio.

Fuente: Elaborado por autoras.

3.1.3 Logo



Ilustración 3.1. Logo de Beauty Nails.

3.1.4 Análisis del FODA

El análisis FODA consiste en una evaluación global de las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D), y amenazas (A)- riesgos de la empresa. Las fortalezas son las capacidades internas que tiene el negocio, las cuales van a permitir alcanzar los objetivos, las debilidades son limitaciones internas que pueden interferir en dichos objetivos. Mientras que las oportunidades son factores externos positivos que pueden ser aprovechados por el negocio y las amenazas son factores externos considerados como desafíos para la empresa (Kotler & Amrstrong, 2008).



Ilustración 3.2 Análisis FODA
Fuente: Elaborado por autoras

3.1.5 Análisis de la Demanda

El centro estético de uñas “Beauty Nails” cuantificó su demanda proyectada hasta el 2023 según la tasa de crecimiento poblacional de Guayaquil. Este proceso inició con la utilización de la proyección de la población otorgada por el INEC; que de acuerdo a lo investigado, se obtuvo que la población de Mucho Lote 2 proyectada para el 2018 fue de 45.475 habitantes.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
MERCADO OBJETIVO MUCHO LOTE 2	45.475	45.938	46.390	46.830	47.347	47.869
TASA DE CRECIMIENTO	1,02%	0,98%	0,95%	1,10%	1,10%	1,10%

Tabla 3.2. Proyección de la demanda 2018-2023

Fuente: Elaborado por autoras

Una vez obtenida la proyección de la población se procedió a realizar una segmentación con el fin de precisar el tamaño del mercado. Como ya se conoce la población para el 2018 fue 45.475 habitantes, de los cuales el 50,20% pertenecen a la población económicamente activa (PEA) (El Universo, 2018). De esta cantidad obtenida el 49,20% son mujeres, de las que el 55,30% están entre los 20 a 64 años de edad; es decir, el segmento a enfocarnos es aproximadamente de 6.211 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y censo [INEC], 2010).

	Porcentajes	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PEA (CON EMPLEO ADECUADO) (2018)	50,20%	22.829	23.061	23.288	23.509	23.768	24.030
MUJERES	49,20%	11.231	11.345	11.456	11.565	11.693	11.822
MAYORES A 20 AÑOS A 64 AÑOS	55,30%	6.211	6.274	6.335	6.395	6.466	6.537

Tabla 3.3 Segmentación de la demanda

Fuente: Elaborado por autoras

Para calcular la demanda potencial se parte de la segmentación de la demanda y se multiplica por el 93% de personas que en la pregunta N°5 de la encuesta respondieron que si acuden a un centro estético de uñas. Luego, a dicho resultado se lo multiplica por 68% que es el porcentaje de demandante potenciales según la pregunta N°7. Finalmente, se puede calcular la demanda efectiva multiplicando los demandantes potenciales por el porcentaje de aceptación (90%) que obtuvo Beauty Nails en el mercado mediante el estudio de mercado realizado.

Demanda Potencial			Demanda Actual o Real			Demanda Efectiva		
AÑO	Población total de mujeres mayores a 20 años	Demandantes potenciales 93%	AÑO	Población total de mujeres	Demandantes potenciales 68%	AÑO	Población total de mujeres	Demandantes efectivos 90%
2018	6211	5776	2018	5776	3928	2018	3928	3535
2019	6272	5833	2019	5833	3966	2019	3966	3570
2020	6331	5888	2020	5888	4004	2020	4004	3603
2021	6389	5942	2021	5942	4040	2021	4040	3636
2022	6469	6016	2022	6016	4091	2022	4091	3682
2023	6541	6083	2023	6083	4136	2023	4136	3723

Tabla 3.4 Cálculo de la demanda efectiva del proyecto

Fuente: Elaborado por autoras

3.1.6 Análisis de la Oferta

El sector residencial Mucho Lote 2 presenta un mercado competitivo debido a la gama de negocios, especialmente en la industria de la belleza. Sin embargo, tal como se indicó en el planteamiento del problema, la ciudadela no cuenta con un centro estético especializado en uñas, por lo que los competidores directos son las peluquerías. Por medio de la investigación a expertos y la técnica de la observación se realizó la cuantificación de la oferta según la cantidad de servicios anuales de los competidores que tienen una estructura organizacional similar a Beauty Nails. Con esta información recopilada se logró obtener la cantidad ofertada en promedio en este mercado para luego proyectarlo desde el 2019 al 2023 con la tasa de crecimiento del 10% en promedio que tiene la industria de la belleza según publicación realizada por Carla Maldonado donde asegura que:

El mercado de la belleza representa en el país 1,6% del PIB, genera \$ 1.000 millones al año, crece a un ritmo de 10% anual y genera 3.500 puestos de trabajo directos. (Revista Gestión, 2013)

NOMBRE	CANTIDAD APROXIMADA DE CLIENTES ANUALES
Gabinete 1	312
Gabinete 2	500
Gabinete 3	200
Gabinete 4	410
Gabinete 5	612
TOTAL DE OFERTA PROMEDIO	407

Tabla 3.5 Cantidad aproximada de oferta de la competencia con estructura organizacional similar.

Fuente: Elaborado por autoras

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
MERCADO OBJETIVO	407	447	492	541	596	655
TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO	10%	10%	10%	10%	10%	10%
PROYECCIÓN	447	492	541	596	655	721

Tabla 3.6 Proyección de la Oferta

Fuente: Elaborado por autoras

3.1.7 Demanda Insatisfecha

Una vez encontrada la demanda total del mercado y la cantidad de servicio que oferta la competencia actual en el sector de Mucho Lote 2, se obtuvo la demanda insatisfecha. De acuerdo al Magíster en Gestión Económica, Walter Valencia, indica que la demanda

no atendida es aquella que no recibe u obtiene bienes/servicios que cubran sus necesidades, por lo tanto, la demanda del mercado va a ser mayor a la oferta (Valencia, 2011). El resultado de la demanda insatisfecha de este proyecto se encuentra en la tabla 3.7 y se la obtuvo mediante la siguiente formula:

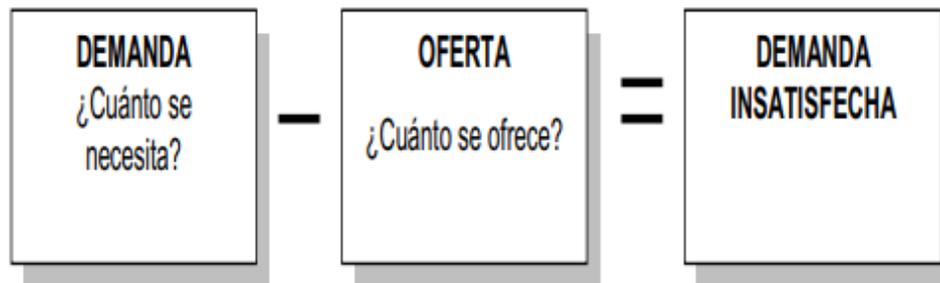


Ilustración 3.3 Fórmula de la demanda Insatisfecha
Fuente: Walter Valencia

	DEMANDA DEL MERCADO	OFERTA DEL MERCADO	DEMANDA INSATISFECHA
2018	6211	447	5763
2019	6272	492	5779
2020	6331	541	5790
2021	6389	596	5793
2022	6469	655	5814
2023	6541	721	5820

Tabla 3.7 Demanda Insatisfecha
Fuente: Elaborado por Autoras

3.1.8 Análisis del sector

La Urbanización Mucho Lote 2, ubicada en el norte de Guayaquil, es una ciudadela muy transcurrida y donde se observa que negocios tales como peluquerías, minimarket, colegio, farmacias, restaurantes, etc. se imponen en las calles principales. El volumen del comercio se intensifica de 16h00 a 22h00, puesto que las personas antes de llegar a sus hogares, luego de una jornada laboral, realizan compras y otras actividades en los locales comerciales cercanos a sus viviendas.

Además, el sector ha ganado mayor plusvalía y comercio por la Unidad Educativa Lemas, el Mi Comisariato y se espera que esto aumente con la futura construcción de un puente que une a la Avenida Febres Cordero con la Autopista Terminal Terrestre.

Actualmente, la ciudadela cuenta con peluquerías donde se ofrecen servicios de manicure y pedicure básicos. No obstante, existe la ausencia de un centro estético especializado en el cuidado de uñas por lo que se busca cuantificar la demanda insatisfecha y analizar la viabilidad de la implementación del proyecto en dicho sector.

3.1.9 Investigación de Mercados

La investigación de mercados comprende un proceso sistemático de diseño, obtención, análisis, y presentación de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización (Malhotra, 2008)

3.1.9.1 Problema de investigación

- ¿Cuáles son las necesidades, gustos, preferencias y últimas tendencias en el servicio de salones de uñas que las personas tienen actualmente?
- ¿Cuáles son los factores que determinan la selección entre uno u otro centro estético de uñas?
- ¿Cuál es el tamaño de la demanda insatisfecha?

3.1.9.2 Hipótesis

“Beauty Nails” considera que actualmente existe una demanda insatisfecha en el mercado y desea conocer cómo llegar a esos clientes, ya sea con la innovación de los servicios o la diferenciación del negocio en comparación a los actuales del sector.

3.1.9.3 Objetivo General

Realizar una investigación de mercado con el objetivo de determinar los gustos y preferencias de los consumidores de servicios de salones de uñas e identificar los puntos claves y oportunidades que tiene la implementación de este negocio en el sector de Mucho Lote 2, norte de Guayaquil.

3.1.9.4 Objetivos específicos

- Determinar la demanda insatisfecha del sector y el mercado objetivo para la conformación de una posible cartera de clientes.
- Identificar los gustos y preferencias que le gustaría recibir a los clientes para satisfacer sus necesidades.
- Conocer los diferentes servicios que le gustaría recibir a los clientes para establecer estrategias de promoción con el fin de atraer a nuevos clientes y mantener la fidelidad de los mismos.

- Conocer los medios por los cuales las personas les gustaría recibir información sobre Beauty Nails para establecer canales de comunicación directos con los clientes.

3.1.9.5 *Determinación de la fuente de información*

La información primaria se la recopiló a partir de las encuestas a las mujeres que viven en el sector de Mucho Lote 2 con un total de 14 preguntas realizadas y entrevistas a expertos en la industria de la belleza con la finalidad de recopilar información para el estudio de mercado, técnico y financiero. Ambos constan de preguntas referentes a los principios básicos del marketing, producto, precio, plaza y promoción.

Adicionalmente, se utilizaron publicaciones, tesis, estudios realizados por otros autores para tener información histórica y relevante sobre la industria de las uñas.

3.1.9.6 *Encuestas*

La técnica de encuesta se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimientos, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida (Malhotra, 2008).

Primero, se elaboró una prueba piloto en el mes de noviembre para saber la aceptación del proyecto en dicho sector, la cual si tuvo acogida ya que las personas mostraban interés y la necesidad sobre este tipo de negocios en el sector ya que no hay un local con una idea similar a la del presente trabajo.

La encuesta constó de 14 preguntas que parten de datos informativos y las otras interrogantes se relacionaron con el precio, servicio, mercado, gustos y preferencias de los consumidores. La aplicación de la técnica encuesta se procedió a realizarla de manera presencial, digitalizando las respuestas de las personas en un formulario online. Este proceso se efectuó en el mes de diciembre en la Ciudadela Mucho Lote 2 al norte de Guayaquil. Luego, la recopilación de la información se la ejecutó en la segunda y tercera semana del mes de diciembre, con un total de 383 encuestas. En la cuarta semana del mes de diciembre se diseñó la base de datos con el objetivo de realizar los respectivos análisis de cada pregunta para conocer los resultados del estudio de

mercado. La realización de la encuesta corresponde a los objetivos específicos de la investigación (ver tabla 3.8) y los resultados se encuentran en el siguiente capítulo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	PREGUNTAS DE LA ENCUESTA
OEI1: Calcular la demanda insatisfecha del sector y el mercado objetivo para la conformación de una posible cartera de clientes.	El 30% de los encuestados acuden a un centro estético de uñas una vez al mes.	¿Con qué frecuencia usted acude a un centro estético de uñas?
	El 60% de los clientes desea un centro estético de uñas en el sector de Mucho Lote 2.	¿Le gustaría que exista un centro estético de uñas “Beauty Nails” en el que se ofrezca una atención exclusiva con productos de calidad el sector de Mucho Lote 2 de Guayaquil?
	El norte de Guayaquil es el sector con mayor presencia de salones de uñas.	Actualmente, ¿en qué sector de Guayaquil está situado el salón de uñas al que usted acude con mayor frecuencia?
OEI2: Identificar los gustos y preferencias que le gustaría recibir a los clientes para satisfacer sus necesidades.	Los consumidores prefieren arreglarse las uñas en un salón de uñas.	¿Cuál de los siguientes lugares usted prefiere para arreglarse sus uñas?
	Los clientes prefieren ahorrar su tiempo teniendo una previa cita en el salón de uñas.	¿Cómo le gustaría que sea la atención que se brindara en el salón de uñas?
	Los factores que influyen en la elección de un centro estético de uñas son precio, atención y tiempo.	Indique, según sus preferencias, lo que usted considera más importante al momento de adquirir el servicio de pedicure y manicure.
	El horario de preferencia de la cliente para asistir al salón de uñas es en la tarde	¿Cuáles son los horarios de su preferencia para acudir al salón de uñas?
OEI3: Conocer los diferentes servicios que le gustaría recibir a los clientes para establecer estrategias de promoción con el fin de atraer a nuevos clientes y mantener la fidelidad de los mismos.	Los servicios adicionales más requeridos por la clientela son maquillaje y depilación de cejas.	Adicionalmente, ¿Qué otros servicios le gustaría recibir en el centro estético de uñas Beauty Nails?
OEI4: Conocer los medios por los cuales las personas les gustaría recibir información sobre Beauty Nails para establecer canales de comunicación directos con los clientes.	Los medios de comunicación más utilizados para posicionamiento de la marca son redes sociales y volantes.	Seleccione los medios por los cuáles le gustaría recibir información sobre las promociones y novedades de Beauty Nails.
	El 40% de la clientela le gustaría la implementación de una página web o aplicación móvil del negocio.	¿Le gustaría que Beauty Nails cuente con una página Web o aplicación donde usted pueda conocer la disponibilidad y separar su turno?

Tabla 3.8 Preguntas de la encuesta.

Fuente: Elaborado por autoras

3.1.9.7 Población y muestra

La población para la investigación se la definió a partir de los habitantes del sector de Mucho Lote 2 que, de acuerdo a las publicaciones realizadas por el Municipio de Guayaquil, conforman aproximadamente 10.000 familias valor se lo multiplica por 4, ya que es el promedio de personas por hogar, lo que da como resultado una población total de 40.000 personas.

Para el cálculo de la muestra se utilizó el método de muestro aleatorio simple para la población finita, que se realizó bajo los siguientes supuestos: error de estimación (Pr) del 5% y nivel de confianza del 95% ($Z= 1.96$), $p=0,5$ $q=0,5$ y la siguiente fórmula para calcular el tamaño final de la muestra de encuestados.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

n= Tamaño muestral

N= 40000 población

Z= Número de desviaciones estándares alrededor de media (1.96)

e= Nivel de precisión o error de estimación (5%)

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(40000)}{(0.5)^2(39999) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

n= 384 personas

3.1.9.8 Entrevista a expertos

Esta técnica es muy útil, pues permite obtener mayor información sobre el mercado, demanda, precios, ofertas mediante entrevistas personales no estructuradas, es decir no se necesita un cuestionario formal (Malhotra, 2008).

La aplicación de esta técnica se realizó a centros estéticos de uñas que tienen años de experiencia en este mercado como por ejemplo a) Nail Brush en la ciudad de Quito tiene 12 años; b) Nail Brush sucursal en Guayaquil tiene 7 meses; c) I-NailsPro posee 3 años en la industria de la belleza.

La entrevista constó de tres secciones a) estudio de mercado; b) estudio técnico y organizacional; c) estudio financiero. Las preguntas de la primera sección estaban relacionadas a los precios, mercado, estrategias; la segunda sección, constaba de preguntas referentes al personal, estructura organizacional, inversión de equipo técnico, entre otras y la última sección hacía referencia al promedio de clientes e ingresos, relación calidad-precio, etc. Dichas entrevistas se ejecutaron en la última semana del mes de noviembre del 2018 a los centros estéticos mencionados anteriormente.

3.2 Estudio Técnico

El presente trabajo llevó a cabo un estudio de técnico, del que se obtuvo el proceso productivo óptimo, el tamaño del proyecto o capacidad instalada, el requerimiento de inversión y la localización estratégica para la optimización eficiente de sus recursos y la construcción del análisis financiero.

3.2.1 Proceso productivo

El centro estético Beauty Nails contará con un proceso de producción en función del tipo de servicio. El proceso productivo comenzará con la adquisición de materiales, previamente establecida la relación con proveedores que garanticen calidad y precios asequibles en sus productos. Luego, los insumos de belleza serán inventariados y ubicados en vitrinas a vista del cliente. Finalmente, la ejecución del servicio se llevará a cabo de acuerdo a los requerimientos de los usuarios.

El proceso de comercialización cuenta con su propio plan de acción, el mismo que inicia con la solicitud del servicio por parte del cliente ya sea mediante el orden de su llegada o cita previa. Para ello, se requerirá que el 30% del personal cubra la demanda establecida por citas y el 70% atienda a los clientes mediante el orden de llegada con el fin de reducir el tiempo de espera. Esta ponderación se fundamenta en la información obtenida en la entrevista a profundidad, la cual indica que 8 de cada 10 clientes que tienen su cita reservada la cancelan a último momento, llegan tarde o no asisten. El estilista receptorá los requerimientos del cliente y efectuará el servicio y de ser el caso se realizarán a las respectivas correcciones, caso contrario, el cliente procederá a la recepción para efectuar el respectivo de pago. (Ver Anexo D)

3.2.2 Balance de maquinaria y equipos

La inversión en equipos y muebles de oficina es respaldada mediante las cotizaciones a precios de mercado (ver anexo E y F), la cual permitirá la operación normal del negocio. La información económica que sirvió para la elaboración del análisis financiero se la obtuvo mediante el siguiente balance de equipos. La tabla 3.9 muestra el costo total por adquisición, la vida útil correspondiente y el valor de desecho.

El último rubro, también conocido como valor de desecho o en libros, es el valor monetario que le falta depreciar al bien hasta el último año del horizonte del proyecto. Para cuantificarlo, el método empleado fue el contable que consiste en la sumatoria de los valores en libros de cada activo menos su depreciación acumulada. El cálculo detallado se lo encuentra en el anexo H.

BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS					
MAQUINAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE DESECHO
Mesas para manicure	6	\$ 60,00	\$ 360,00	8	\$ 135,00
Muebles	1	\$ 133,28	\$ 133,28	10	\$ 66,64
Estantería	4	\$ 15,00	\$ 60,00	10	\$ 30,00
Sillas para manicure	12	\$ 20,00	\$ 240,00	7	\$ 68,57
Sillones para pedicure	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00	10	\$ 600,00
Rótulos-letros	2	\$ 50,00	\$ 100,00	5	\$ -
Cámaras	3	\$ 100,00	\$ 300,00	5	\$ -
Esterilizador	1	\$ 50,00	\$ 50,00	5	\$ -
Caja Registradora	1	\$ 419,00	\$ 419,00	6	\$ 69,83
Tv	1	\$ 300,00	\$ 300,00	5	\$ -
Aire Acondicionado	1	\$ 299,00	\$ 299,00	10	\$ 149,50
INVERSIÓN INICIAL EN MAQUINARIAS			\$ 3.461,28		\$ 1.119,54

Tabla 3.9 Balance de Maquinaria y Equipo

Fuente: Elaborado por autoras

3.2.3 Balance de personal

A continuación, se muestra la tabla 3.11 del balance del personal identificando y cuantificando la remuneración anual de los trabajadores del centro estético de uñas, en el que se incluye el sueldo básico vigente del 2019 y los beneficios sociales. Cabe mencionar que los salarios incrementan en un 3% en base a la tasa promedio de crecimiento salarial de los últimos cinco años, ya que si se observa la evolución del salario básico unificado se ha mantenido fluctuando entre el 2% y 4% a partir del 2015.

AÑO	SBU	Variación Salarial
2008	\$ 200,00	
2009	\$ 218,00	9%
2010	\$ 240,00	10%
2011	\$ 264,00	10%
2012	\$ 292,00	11%
2013	\$ 318,00	9%
2014	\$ 340,00	7%
2015	\$ 354,00	4%
2016	\$ 366,00	3%
2017	\$ 375,00	2%
2018	\$ 386,00	3%
2019	\$ 394,00	2%
Variación Promedio a 10 años		6%
Variación Promedio a 5 años		3%

Tabla 3.10 Evolución Salarial
Fuente: Elaborado por autoras

A partir del segundo año se incrementa una administradora/cajera y en el tercer año se contrata a una manicurista adicional considerando que las estrategias de marketing posicionarán el negocio y por añadidura incrementarán el volumen de clientela.

CARGO	No de	SUELDO	BSL	TOT/PERSO	TOTAL
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 245,00	\$ 745,00	\$ 745,00
Administradora	1	\$ 394,00	\$ 200,02	\$ 594,02	\$ 594,02
Manicuristas	3	\$ 394,00	\$ 200,02	\$ 594,02	\$ 1.782,06
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Anual	\$ 30.324,74	\$ 37.452,99	\$ 44.581,24	\$ 44.581,24	\$ 44.581,24
Personal Operativo	1 gerente 3 manicurista	1 gerente 1 cajera 3 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista

Tabla 3.11 Balance de Personal
Fuente: Elaborado por autoras

3.2.4 Balance de materiales

La sistematización de información económica de los principales insumos a precios de mercado (ver anexo G) para que se lleve a cabo el proceso productivo se detalla en el siguiente balance de materiales.

BALANCE DE MATERIALES			
	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Esmaltes básicos	40	\$ 1,99	\$ 79,60
Esmaltes permanentes	30	\$ 10,99	\$ 329,70
Uñas acrílicas	20	\$ 10,00	\$ 200,00
Acrílico	15	\$ 5,00	\$ 75,00
Alicates para uñas	4	\$ 8,70	\$ 34,80
Botella de Quitaesmaltes	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Pinceles (paquetes)	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Toallas	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Removedor de cutícula	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Limas de uñas (docenas)	1	\$ 0,80	\$ 0,80
Removedor de callos	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Kit limpieza	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Meses de garantía por arriendo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Logo	1	\$ 35,00	\$ 35,00
INVERSIÓN INICIAL EN MATERIALES			\$ 1.368,90

Tabla 3.12 Balance de Materiales

Fuente: Elaborado por autoras

3.2.5 Determinación del tamaño

La definición del tamaño del proyecto es un estudio interrelacionado de un conjunto de variables tales como: función de demanda proyectada, localización, capacidad de insumos, estrategia comercial, etc. Para lograr la optimización de la rentabilidad se requiere que el tamaño del negocio se ajuste a una estrategia comercial adecuada.

La capacidad instalada del centro estético de uñas esta medido por la cantidad de estilistas, el tiempo empleado en los servicios y la demanda cíclica del negocio. De acuerdo a las entrevistas a profundidad, el servicio de manicure y pedicure se lleva a cabo dentro de 1 hora en promedio, es decir, durante un día de trabajo se ofrecerán ocho servicios por manicurista. El centro estético Beauty Nails atenderá de martes a domingo, dando como resultado 26 días laborables en el mes.

Según los expertos en esta industria indican que el negocio cuenta con una demanda cíclica, por lo que, el 50% de la capacidad instalada se usará en el primer trimestre del año a causa de que la mayoría de clientela disminuye drásticamente por temporada playera. El 75% se utilizará en el segundo y tercer trimestre debido a que la demanda permanece estable y durante el último trimestre se empleará el 100% de la capacidad de mano de obra ya que hay un incremento en la demanda. Por lo tanto, se ofertarán

1872 servicios anuales por manicurista y al contará con 3 estilistas, la capacidad instalada total ofrecida por Beauty Nails es 5616 servicios anuales.

CAPACIDAD INSTALADA		
HORAS LABORABLES AL DÍA	8	
HORAS EN PROMEDIO POR CADA CLIENTE	1	
CANTIDAD DE SERVICIOS AL DIA POR MANICURISTA	8	
DÍAS LABORABLES EN LA SEMANA (MARTES A DOMINGO)	26	
MESES	% de	Cantidad de
Octubre-Noviembre-Diciembre	100%	624
Enero- Febrero- Marzo	50%	312
Abril- Mayo- Junio	75%	468
Junio-Agosto- Septiembre	75%	468
TOTAL DE SERVICIOS ANUALES POR MANICURISTA	1872	
MANICURISTAS	3	
TOTAL DE SERVICIO ANUAL	5616	

Tabla 3.13 Capacidad Instalada
Fuente: Elaborado por autoras

3.2.6 Estudio de localización

La tecnología que se empleará en Beauty Nails mencionada en párrafo anterior será intensiva en mano de obra, por lo tanto, un factor fundamental para la selección estratégica de localización será la cercanía del mercado laboral. El método cualitativo de selección fue por puntos. Este proceso consiste en establecer pesos relativos a factores determinantes obtenidos de fuente secundaria o criterio del evaluador, se les otorga una calificación del 0 al 10 por factor y la sumatoria de la ponderación determina que alternativa de ubicación es la más conveniente (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 209).

ZONA		MUCHO LOTE 2		URDESA		SAUCES	
FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
CERCANIA AL MERCADO META	35%	9	3,15	8	2,8	7	2,45
DISPONIBILIDAD DE LOCALES	15%	7	1,05	5	0,75	6	0,9
MENOR COSTOS DE ARRIENDO	15%	8	1,2	5	0,75	6	0,9
MAYOR COMPETENCIA	25%	7	1,75	9	2,25	7	1,75
DISPONIBILIDAD DE MATERIALES	10%	7	0,7	8	0,8	9	0,9
TOTALES	100%		7,85		7,35		6,9

Tabla 3.14 Método cualitativo por puntos
Fuente: Elaborado por autoras

El método cualitativo por puntos dio como resultado que el lugar estratégico para la implementación de Beauty Nails es el sector de Mucho Lote 2. En el capítulo 1, se mencionó que al ser un sector inaugurado en los últimos años cuenta con un nicho de mercado para el servicio especializado en uñas, cubriendo la demanda insatisfecha de las peluquerías cercanas y además de poseer una disponibilidad de locales con un arrendamiento asequible. El local estará situado en la zona comercial de Mucho Lote 2, que se caracteriza por ser el lugar con mayor afluencia de personas dentro del área. A continuación, se presenta un layout del local.



Ilustración 3.4 Layout Beauty Nails

Fuente: Elaborado por autoras

3.3 Estudio Organizacional

3.3.1 Misión

Proveer a nuestros clientes productos y servicios de excelente calidad además de un trato amable y personalizado. Manteniendo el liderazgo, creatividad e innovación en el servicio de cuidado de uñas.

3.3.2 Visión

Convertir a “Beauty Nails” en el centro estético de uñas pionero y líder en el sector de Mucho Lote 2 utilizando productos de calidad e implementando el servicio a domicilio.

3.3.3 Organigrama



Ilustración 3.5 Organigrama de la empresa
Fuente: Elaborado por autoras

3.3.4 Manual de funciones

➤ **Cargo:** Gerente General

Descripción del cargo: Responsable de la organización, planificación, supervisión, administración y tomador de decisiones de todo el negocio.

Funciones del cargo:

- Pago a proveedores.
- Entrevista y selección de nuevo personal.
- Compra de insumos y materiales.
- Contacto y negociaciones con nuevos proveedores.

Perfil del cargo

Instrucción formal: Administración de empresas o afines.

Experiencia requerida: Mínimo 1 año en cargos similares.

Conocimientos y aptitudes:

- Proyección y elaboración de presupuestos
- Manejo y dominio de personal a cargo.
- Conocimientos de belleza.
- Liderazgo, proactividad y buen desempeño en las actividades mencionadas

anteriormente.

- Manejo de Excel y hojas de cálculo
- Habilidades de negociación con proveedores.

➤ **Cargo:** Administradora - Cajera

Descripción del cargo: Persona con conocimientos básicos de manejo de caja y facturación. Además, orientación de servicio al cliente y experiencia en asistencia a la administración, ya que trabajará conjuntamente con el gerente del local y los clientes.

Funciones del cargo:

- Atención al público
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Distribuir los insumos al personal comisionista.
- Explicar a los clientes los distintos servicios que ofrece “Beauty Nails”

Perfil del cargo

Instrucción formal: Administración de empresas, contabilidad o afines.

Experiencia requerida: Mínimo 1 año en cargos similares.

Conocimientos y aptitudes:

- Conocimientos sólidos de contabilidad.
- Manejo de caja
- Conocimientos de belleza.

➤ **Cargo:** Especialista de manicure y pedicure

Descripción del cargo: Responsable de realizar los diferentes servicios que ofrece el centro estético de uñas como son a) manicure, b) pedicure, c) uñas acrílicas, d) manicure permanente, entre otros.

Funciones del cargo:

- Realizar manicure, pedicure o el servicio que requiera la cliente.
- Mantener su puesto de trabajo limpio e impecable.
- Esterilizar los instrumentos después de cada servicio que ofrece.

Perfil del cargo

Instrucción formal:

Experiencia requerida: Mínimo 3 años en cargos similares.

Conocimientos y aptitudes:

- Creatividad
- Excelente atención al cliente.
- Conocimientos de belleza, especialmente en el cuidado de manos y pies de las clientes.

La persona que cumpla con el perfil de gerente general y cajera recibirá un salario mensual y todos los beneficios de ley (horas extras, bonificaciones, utilidades, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, etc.); en la sección de análisis financiero se estudian los flujos de caja bajo dos escenarios: a) el pago de una remuneración mensual fija a las manicuristas y b) el pago del sueldo por comisiones es decir que obtienen el 40% por cada servicio prestado. A continuación, se detallan las remuneraciones:

- Gerente General: \$500
- Cajero(a): \$394
- Manicurista: 40% de comisión por cada servicio ofrecido o sueldo fijo.

Se recomienda que al momento de implementar el negocio inicie con 3 manicurista y una persona que cumpla las funciones y los roles de gerente-cajera ya que es un negocio que recién empieza y tiene que formar su cartera de clientes y recuperar el capital invertido. A partir del año que el negocio esté consolidado en el mercado podrá incrementar el número de manicuristas y tener 1 cajera y 1 gerente ya que las funciones a desempeñar serán más por el volumen de clientes a atender.

3.4 Estudio Legal

El marco legal permitirá una constitución adecuada de Beauty Nails conforme a lo que establece la ley ecuatoriana. Dicho en otras palabras, el estudio cuenta con los requerimientos detallados para construcción de la figura legal del negocio.

En primer lugar, el salón de uñas se clasificará como una microempresa ya que contará con un personal ocupado no superior a 10 trabajadores. Además, se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada cuyas características de este tipo de sociedades se ajustan apropiadamente al negocio en estudio. De acuerdo a la Ley de Compañías, en el artículo 92 estipula la siguiente definición: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales

y hacen el comercio bajo una razón social...” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [Supercías], 2014, pág. 23)

A continuación, se detallarán los requisitos legales para dar apertura a la actividad económica.



Ilustración 3.6 Proceso de constitución de una compañía
Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Adicionalmente, se deberán cumplir con los siguientes requisitos municipales:

- Permiso de funcionamiento de locales comerciales (Uso de Suelo)
- Patentes Municipales
- Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicio.
- Certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Los costos que se incurrirán como gastos pre-operativos incluyen los honorarios del notario cuyo cálculo tomó como base el capital suscrito de \$800 para la constitución de la compañía (El Universo, 2018), permisos municipales y acondicionamiento del Local, lo cuales se detallan a continuación:

GASTOS PREOPERATIVOS	Costo
Honorarios del Notario (incluido IVA)	\$ 286,94
Tasa fija Registro mercantil + Cuantía	\$ 29,00
Nombramiento Representantes Legales	\$ 50,00
Permisos de municipio	\$ 2,00
Permiso de bomberos	\$ 44,00
La patente municipal vigente	\$ 19,15
Tasa de habilitación	\$ 49,55
Permiso de funcionamiento	\$ 38,16
Acondicionamiento del Local	\$ 700,00
TOTAL DE GASTO PREOPERATIVOS	\$ 1.218,80

Tabla 3.15 Gastos Pre-Operativos
Fuente: Elaborado por Autoras

3.5 Estudio Financiero

El estudio económico y financiero se define como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios o auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma (Prieto Hurtado, 2010).

El presente estudio consta de 4 escenarios a) Flujo de caja con sueldos fijos y con préstamo para financiamiento (fuente externa del 30%); b) Flujo de caja con sueldos fijos y sin financiamiento externo (100% fuente interna); c) Flujo de caja con comisiones por servicios y con préstamo para financiamiento (fuente externa del 30%); d) Flujo de caja con comisiones por servicios y sin financiamiento externo (100% fuente interna).

3.5.1 Estimación de los costos

3.5.1.1 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que no cambian con el nivel de producción es decir que son independientes. En el presente trabajo los costos fijos en los que se incurren son a) servicios básicos, salarios, alquiler y publicidad.

- **Servicios Básicos:** Corresponde a los pagos de agua, luz y teléfono/internet mensuales que requiere el negocio. Este rubro oscila en los \$90 mensuales.
- **Salarios:** Son los pagos mensuales realizados a los empleados del negocio. En el primer año se espera contar con 3 manicuristas y 1 gerente general, en el segundo año se incorpora en el equipo de trabajo a 1 cajera ya que la demanda

aumentará conforme se posicione el negocio en el mercado, luego del tercer año se incrementará una manicurista para poder satisfacer la demanda.

CARGO	No de Personal	SUELDO	BSL	TOT/PERSONA	TOTAL
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 245,00	\$ 745,00	\$ 745,00
Administradora	1	\$ 394,00	\$ 200,02	\$ 594,02	\$ 594,02
Manicuristas	3	\$ 394,00	\$ 200,02	\$ 594,02	\$ 1.782,06
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Anual	\$ 30.324,74	\$ 38.574,51	\$ 45.916,21	\$ 45.916,21	\$ 45.916,21
Personal Operativo	1 gerente 3 manicurista	1 gerente 1 cajera 3 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista	1 gerente 1 cajera 4 manicurista

Tabla 3.16 Detalle de los costos mensuales de salarios
Fuente: Elaborado por Autoras

- **Alquiler:** Pago fijo mensual de \$200 en alquiler del local. Se espera que dicho rubro aumente en un 10% cada dos años según lo estipulado en el contrato de arrendamiento.
- **Publicidad:** Pagos mensuales de publicidad por un valor aproximado de \$30, este valor no es tan alto ya que el canal directo de contacto con los clientes es vía redes sociales según lo obtenido por medio de las encuestas.

COSTOS FIJOS		
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios básicos	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Alquiler	\$ 200,00	\$ 2.400,00
INTERNET/CELULAR	\$ 50,00	\$ 600,00
Publicidad y promociones	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 450,00	\$ 5.400,00

Tabla 3.17 Costos fijos
Fuente: Elaborado por Autoras

3.5.1.2 Costos Variables

Son aquellos costos que están en función de la cantidad producida es decir van a depender del nivel de producción.

Los costos variables fueron obtenidos por medio de la investigación a expertos que se realizó y se calculó en promedio cuanto serían el costo en base a los servicios ofrecidos que son manicure y pedicure sencillo o permanente y uñas acrílicas.

COSTOS POR SERVICIO									
SERVICIOS	Cantidad de Servicio Diario	Precio de Venta	Ingreso por Servicio (Diario)	Costo por servicio	Costo por servicio (Mensual)	Costo por servicio (E-F-M)	Costo por servicio (A-M-J-J-A-S)	Costo por servicio (O-N-D)	Costo por Servicio (Anual)
Manicure sencillo	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 1,02	\$ 79,56	\$ 119,34	\$ 358,02	\$ 238,68	\$ 716,04
Pedicure sencillo	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 1,02	\$ 79,56	\$ 119,34	\$ 358,02	\$ 238,68	\$ 716,04
Manicure permanente	8	\$ 10,00	\$ 80,00	\$ 2,79	\$ 580,32	\$ 870,48	\$ 2.611,44	\$ 1.740,96	\$ 5.222,88
Pedicure permanente	6	\$ 10,00	\$ 60,00	\$ 2,79	\$ 435,24	\$ 652,86	\$ 1.958,58	\$ 1.305,72	\$ 3.917,16
Uñas acrílicas	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 5,05	\$ 525,20	\$ 787,80	\$ 2.363,40	\$ 1.575,60	\$ 4.726,80
TOTAL	24	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 12,67	\$ 1.699,88	\$ 2.549,82	\$ 7.649,46	\$ 5.099,64	\$ 15.298,92

Tabla 3.18. Costos variables por servicios
Fuente: Elaborado por Autoras

3.5.2 Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto se calculan en base a los precios de cada servicio a) manicure y pedicure sencillo; b) manicure y pedicure permanente; c) uñas acrílicas por la cantidad demandada del mismo. Cabe recalcar que la demanda de este tipo de negocios es cíclica es decir que las cantidades van a cambiar dependiendo del mes.

A continuación, se detalla el proceso para la obtención de los ingresos previsto, la cantidad diaria de servicios se estableció a partir de las horas laborables en el día las cuales son 8 horas por 3 trabajadoras dando un total de 24 servicios diarios en un mes que se trabaja al 100%. Sin embargo, el primer trimestre de cada año tiene una demanda de aproximadamente del 50% de dicha cantidad, el segundo y tercero trimestre aumenta a un 75% y el último trimestre del año la demanda es del 100% de los servicios que equivalen a 24 servicios diarios en total. Los precios de los servicios son competitivos. Además, se determinó que el servicio que representa mayor participación para la conformación de la cartera de negocios es el manicure permanente. Una vez obtenidos los ingresos diarios se precedió a multiplicarlo por el ponderador de demanda por los meses que tiene el trimestre para calcular los ingresos anuales.

A partir de los ingresos calculados para el primer año se puede hacer una proyección de los ingresos para los primeros 5 años en el mercado, el cual va a tener un incremento anual del 10% que es el aumento de dicha industria aproximadamente según la investigación secundaria encontrada.

INGRESOS POR SERVICIO								
SERVICIOS	Cantidad de Servicio Diario	Precio de Venta	Ingreso por Servicio (Diario)	Ingreso por Servicio (Mensual)	Ingreso por servicio (E-F-M)	Ingreso por servicio (A-M-J-J-A-S)	Ingreso por servicio (O-N-D)	Ingreso por Servicio (Anual)
Manicure sencillo	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 390,00	\$ 585,00	\$ 1.755,00	\$ 1.170,00	\$ 3.510,00
Pedicure sencillo	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 390,00	\$ 585,00	\$ 1.755,00	\$ 1.170,00	\$ 3.510,00
Manicure permanente	8	\$ 10,00	\$ 80,00	\$ 2.080,00	\$ 3.120,00	\$ 9.360,00	\$ 6.240,00	\$ 18.720,00
Pedicure permanente	6	\$ 10,00	\$ 60,00	\$ 1.560,00	\$ 2.340,00	\$ 7.020,00	\$ 4.680,00	\$ 14.040,00
Uñas acrílicas	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 2.080,00	\$ 3.120,00	\$ 9.360,00	\$ 6.240,00	\$ 18.720,00
TOTAL	24	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 6.500,00	\$ 9.750,00	\$ 29.250,00	\$ 19.500,00	\$ 58.500,00

Tabla 3.19 Ingresos por servicios
Fuente: Elaborado por Autoras

3.5.3 Inversiones y financiamiento del proyecto

La inversión total del proyecto está compuesta por la inversión en maquinarias, materiales y gastos pre-operativos obtenida del análisis técnico y legal. Adicionalmente, a este rubro se le suma la inversión de capital de trabajo, el cual garantiza el financiamiento de un conjunto de recursos para dar inicio a la operación del negocio (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 259).

El método del déficit acumulado máximo se lo utilizó para la cuantificación del capital de trabajo. Este proceso consiste en calcular la diferencia entre ingresos y egresos mensuales arrojando un flujo de caja durante un año. A partir de este flujo se obtiene un saldo acumulado mensual y se selecciona el déficit máximo como el monto de la inversión del capital de trabajo (Ver anexo I). Una vez hallado el capital de trabajo se lo agrega a la inversión inicial dando como resultado un total de \$7.629,99 como inversión total del proyecto.

INVERSIÓN INICIAL	
+ INVERSIÓN INICIAL EN MAQUINARIAS	\$ 3.461,28
+ INVERSIÓN INICIAL EN MATERIALES	\$ 1.368,90
+ TOTAL DE GASTO PREOPERATIVOS	\$ 1.218,80
INVERSIÓN INICIAL	\$ 6.048,98
+ CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.581,01
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	\$ 7.629,99

Tabla 3.20 Inversión Total
Fuente: Elaborado por autoras

En el apartado anterior se cuantificó la inversión total, la misma que será cubierta con el 70% del aporte de los socios y el 30% con un activo financiero.

PLAN DE FINANCIAMIENTO	
(+)INVERSION INICIAL	\$ 6.048,98
(+)INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.581,01
INVERSIÓN TOTAL	\$ 7.629,99
(-) CAPITAL SOCIAL	\$ 5.340,99
REQUERIMIENTO FINANCIERO	\$ 2.289,00

Tabla 3.21 Plan de financiamiento

Fuente: Elaborado por autoras

El préstamo será de \$2.289,00 con una tasa de interés de 11,23% a 5 años plazo, su pago o anualidad será de \$622,92; a continuación, se presenta la amortización de la deuda:

No	PAGO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$2.289,00
1	\$622,92	\$ 257,05	\$365,87	\$1.923,13
2	\$622,92	\$ 215,97	\$406,95	\$1.516,17
3	\$622,92	\$ 170,27	\$452,66	\$1.063,52
4	\$622,92	\$ 119,43	\$503,49	\$ 560,03
5	\$622,92	\$ 62,89	\$560,03	\$ 0,00

Tabla 3.22 Amortización de la deuda

Fuente: Elaborado por autoras

3.5.4 Análisis del punto de equilibrio

Para conocer los factores que afectan a la utilidad del negocio, se obtuvo la relación costo-volumen-utilidad o también llamado punto de equilibrio. Este punto es el indicador que muestra que los flujos de la empresa no obtienen beneficios económicos (Universidad ICESI, 2011). Se procedió a calcular el punto de equilibrio en términos monetarios y en unidades con las siguientes formulas:

$$PE(\$) = \frac{GASTOS FIJOS TOTALES}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES TOTALES}{VENTAS TOTALES}} \quad (3.1)$$

$$PE(U) = \frac{GASTOS FIJOS TOTALES}{P.V.P - COSTOS VARIABLES UNITARIOS} \quad (3.2)$$

En la tabla 3.23 se muestra que la cantidad monetaria requerida para alcanzar el punto de equilibrio es de \$47.563,60. Similarmente, se deben de vender 4566 servicios anuales para que la compañía no obtenga ni perdida ni ganancias para el primer año. De la misma

manera, se halló el punto de equilibrio expresado en dólares y en unidades para cada año, los cuales se muestra en el anexo J y K.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN TERMINOS MONETARIOS Y UNIDADES			
VENTAS	\$ 58.500,00	PRECIO UNITARIO	\$ 10,42
GASTOS FIJOS	\$ 35.124,74	GASTOS FIJOS	\$ 35.124,74
COSTOS VARIABLES	\$ 15.298,92	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	\$ 2,72
PE (\$)	\$ 47.563,57	PE (UNIDADES)	4566

Tabla 3.23 Punto de Equilibrio

Fuente: Elaborado por autoras

3.5.5 Tasa de descuento

Para la evaluar la factibilidad financiera de este proyecto se utiliza una tasa de descuento o tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), cuya finalidad es medir la rentabilidad mínima del proyecto. El método más adecuado para la evaluación del flujo de caja proyectado es el costo promedio ponderado de capital (WACC) ya que consiste en la media ponderada entre la proporción de los recursos externos y propios (Guerrero Bejarano, 2014). A continuación, se muestra la fórmula para hallar la tasa.

$$WACC = Ke \frac{E}{V} + Kd \frac{D}{V} (1 - T) \quad (3.3)$$

Para el cálculo de este método, primero se debe obtener la rentabilidad mínima exigida por los accionistas (Ke), cuyo objetivo es descontar a valor presente el flujo del proyecto sin deuda o recursos ajenos y el proceso más utilizado para la cuantificación de esta tasa es el modelo de valoración de activos de capital (CAPM). La fórmula para hallar el Ke es la siguiente.

$$CAPM = Rf + \beta(Rm - Rf) + Rpaís \quad (3.4)$$

Se aplicó la fórmula del CAPM con la siguiente información: la tasa libre de riesgo de los bonos del tesoro norteamericanos a 10 años (Rf), el riesgo país obtenida del Banco Central del Ecuador ($Rpaís$), la prima de riesgo ($Rm-Rf$) y el beta desapalancado del sector de negocios y servicios al consumidor siendo la industria más próxima a nuestro tipo de negocio conseguida en la página web – Damodaran, cabe recalcar, que este beta desapalancado no fue utilizado ya que de éste se obtuvo un beta apalancado (β) con la deuda financiera del proyecto en estudio. A continuación, se muestra el resultado de este método.

CAPM	
Rf Ecuador	6,96%
Rf USA	2,70%
Prima por Riesgo (Rm - Rf)	9,03%
Beta Industria	1,40
Ke =re	22,31%

Tabla 3.24 CAPM

Fuente: Elaborado por autoras

Una vez obtenida la rentabilidad exigida por el inversionista, se completa el cálculo del WACC con la siguiente información: el capital aportado por los socios (E), deuda externa a precios de mercado (D), el costo de la deuda financiera (Kd), y la tasa de impuesto a la renta para las sociedades (T). En la tabla 26 se muestra que la tasa de descuento para este proyecto es de 18,14%.

WACC	
Ke	22,31%
E	\$ 5.340,99
V = E+D	\$ 7.629,99
D	\$ 2.289,00
Kd	11,23%
T	25%
WACC	18,14%

Tabla 3.25 WACC

Fuente: Elaborado por autoras

3.5.6 Flujo de Caja

El informe financiero que resume los movimientos de efectivo de Beauty Nails es el flujo de caja evaluado en un horizonte de tiempo de 5 años. Para la construcción del mismo se tomó en consideración los resultados obtenidos en el estudio de mercado, técnico y organizacional; además de incluir efectos tributarios correspondientes. A su vez, se complementó con indicadores financieros como el VAN, TIR y el PAYBACK. En este apartado se presentarán dos tipos de flujos de caja con diferentes fines: el primero mide la rentabilidad de toda la inversión y el segundo cuantifica la rentabilidad de los recursos propios incorporando el apalancamiento del préstamo. Adicionalmente, estos flujos fueron evaluados bajo dos esquemas: con un pago de salario fijo que se presentan en la tabla 3.26 – 3.27 y bajo el esquema de comisionista que se encuentran en los anexos L y M.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Manicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Pedicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Manicure permanente		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
Ingresos por Pedicure permanente		\$ 14.040,00	\$ 15.444,00	\$ 16.988,40	\$ 18.687,24	\$ 20.555,96
Uñas acrílicas		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
TOTAL INGRESOS		\$ 58.500,00	\$ 64.350,00	\$ 70.785,00	\$ 77.863,50	\$ 85.649,85
Costos por Manicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por Pedicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por manicure permanente		\$ -5.222,88	\$ -5.745,17	\$ -6.319,68	\$ -6.951,65	\$ -7.646,82
Costo por Pedicure permanente		\$ -3.917,16	\$ -4.308,88	\$ -4.739,76	\$ -5.213,74	\$ -5.735,11
Costo por Uñas Acrílicas		\$ -4.726,80	\$ -5.199,48	\$ -5.719,43	\$ -6.291,37	\$ -6.920,51
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ -15.298,92	\$ -16.828,81	\$ -18.511,69	\$ -20.362,86	\$ -22.399,15
Gastos por Salarios		\$ -30.324,74	\$ -38.574,51	\$ -45.916,21	\$ -45.916,21	\$ -45.916,21
Gastos por Servicios		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
Gastos por Alquiler		\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.640,00	\$ -2.640,00	\$ -2.904,00
Gasto por Publicidad		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS		\$ -35.124,74	\$ -43.374,51	\$ -50.956,21	\$ -50.956,21	\$ -51.220,21
Depreciación		\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35
Utilidad Neta		\$ 7.607,99	\$ 3.678,33	\$ 848,75	\$ 6.076,08	\$ 11.562,14
Participación de los trabajadores 15%		\$ -1.141,20	\$ -551,75	\$ -127,31	\$ -911,41	\$ -1.734,32
Utilidad antes de impuestos		\$ 6.466,79	\$ 3.126,58	\$ 721,43	\$ 5.164,67	\$ 9.827,82
Impuesto a la Renta (25%)		\$ -1.616,70	\$ -781,64	\$ -180,36	\$ -1.291,17	\$ -2.456,95
Utilidad después de Imp.		\$ 4.850,09	\$ 2.344,93	\$ 541,08	\$ 3.873,50	\$ 7.370,86
Depreciación		\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35
Valor de desecho						\$ 1.119,54
Inversión	\$ -6.048,98					
Capital de trabajo	\$ -1.581,01					
FLUJO DE CAJA	\$ -7.629,99	\$ 5.318,44	\$ 2.813,28	\$ 1.009,42	\$ 4.341,85	\$ 8.958,76
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ -7.629,99	\$ -2.311,55	\$ 501,74	\$ 1.511,16	\$ 5.853,01	\$ 14.811,76
VAN	\$ 4.365,86			TIR	46%	

PAY BACK	1,8	Años
-----------------	------------	------

Tabla 3.26 Flujo de caja del proyecto
Fuente: Elaborado por autora

El flujo de caja mostrado anteriormente refleja la rentabilidad de los recursos propios, es decir, toda la inversión será cubierta por la aportación de los socios. En la tabla 3.26 se puede observar que el proyecto presenta un flujo de caja positivo durante el horizonte temporal establecido. Dichos flujos fueron descontados a valor presente con una tasa del 22,31% obtenida por el método del CAPM, dando como resultado un valor actual neto (VAN) de \$4.365,86, una tasa interna de retorno (TIR) de 46% y un PAYBACK o periodo de recuperación de la inversión de un año y ocho meses. Por lo tanto, al tener un VAN>0, TIR > TMAR y un PAYBACK menor al horizonte de tiempo se corrobora la viabilidad financiera del negocio mediante los criterios de evaluación implementados en este flujo de caja bajo el esquema de salarios fijos.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Manicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Pedicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Manicure permanente		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
Ingresos por Pedicure permanente		\$ 14.040,00	\$ 15.444,00	\$ 16.988,40	\$ 18.687,24	\$ 20.555,96
Uñas acrílicas		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
TOTAL INGRESOS		\$ 58.500,00	\$ 64.350,00	\$ 70.785,00	\$ 77.863,50	\$ 85.649,85
Costos por Manicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por Pedicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por manicure permanente		\$ -5.222,88	\$ -5.745,17	\$ -6.319,68	\$ -6.951,65	\$ -7.646,82
Costo por Pedicure permanente		\$ -3.917,16	\$ -4.308,88	\$ -4.739,76	\$ -5.213,74	\$ -5.735,11
Costo por Uñas Acrílicas		\$ -4.726,80	\$ -5.199,48	\$ -5.719,43	\$ -6.291,37	\$ -6.920,51
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ -15.298,92	\$ -16.828,81	\$ -18.511,69	\$ -20.362,86	\$ -22.399,15
Gastos por Salarios		\$ -30.324,74	\$ -38.574,51	\$ -45.916,21	\$ -45.916,21	\$ -45.916,21
Gastos por Servicios		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
Gastos por Alquiler		\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.640,00	\$ -2.640,00	\$ -2.640,00
Gasto por Publicidad		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS		\$ -35.124,74	\$ -43.374,51	\$ -50.956,21	\$ -50.956,21	\$ -51.220,21
Intereses		\$ -257,05	\$ -215,97	\$ -170,27	\$ -119,43	\$ -62,89
Depreciación		\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35
Utilidad Neta		\$ 7.350,93	\$ 3.462,36	\$ 678,48	\$ 5.956,64	\$ 11.499,25
Participación de los trabajadores 15%		\$ -1.102,64	\$ -519,35	\$ -101,77	\$ -893,50	\$ -1.724,89
Utilidad antes de impuestos		\$ 6.248,29	\$ 2.943,01	\$ 576,71	\$ 5.063,15	\$ 9.774,36
Impuesto a la Renta (25%)		\$ -1.562,07	\$ -735,75	\$ -144,18	\$ -1.265,79	\$ -2.443,59
Utilidad después de Imp.		\$ 4.686,22	\$ 2.207,26	\$ 432,53	\$ 3.797,36	\$ 7.330,77
Depreciación		\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35
Valor de desecho						\$ 1.119,54
Inversión	\$ -6.048,98					
Capital de trabajo	\$ -1.581,01					
Préstamo	\$ 2.289,00					
Amortización		\$ -365,87	\$ -406,95	\$ -452,66	\$ -503,49	\$ -560,03
FLUJO DE CAJA	\$ -5.340,99	\$ 4.788,70	\$ 2.268,65	\$ 448,22	\$ 3.762,22	\$ 8.358,63
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ -5.340,99	\$ -552,29	\$ 1.716,36	\$ 2.164,58	\$ 5.926,80	\$ 14.285,43
VAN	\$ 6.173,60			TIR	60%	

PAY BACK	1,2	Años
-----------------	-----	------

Tabla 3.27 Flujo del inversionista
Fuente: Elaborado por autoras

En este escenario se incorpora el impacto del apalancamiento de la deuda mostrando un flujo de efectivo positivo, el mismo que fue descontado a una tasa del 18,14% conseguida mediante el método WACC y se obtuvo un VAN de \$6.173,60 con una TIR de 60% y un PAYBACK de 1 año y 2 meses. Esta evaluación permite observar la factibilidad y liquidez del negocio, lo que permite brindar seguridad a la entidad financiera que otorga el préstamo. Ya observado los dos escenarios bajo el esquema de salarios fijos se puede concluir que el proyecto es viable y simultáneamente atractivo para el inversionista.

3.5.7 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar la rentabilidad de un proyecto ante variaciones de ciertas variables como por ejemplo ingresos o costos. Para el presente análisis se utilizó un indicador de sensibilidad bajo los siguientes escenarios a) aumento de los costos; b) disminución de los ingresos; para los cuales se efectuarán los nuevos flujos de caja. Con el fin de determinar si el proyecto es o no sensible ante estas variaciones y poder tomar decisiones al respecto se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

- Coeficiente de sensibilidad > 1 ; **proyecto sensible.**
- Coeficiente de sensibilidad es $= 1$; **proyecto no sufre ningún cambio.**
- Coeficiente de sensibilidad es < 1 ; **proyecto no es sensible** ante las variables de los ingresos o costos.

a) Escenario 1.- Disminución de los ingresos en un 2,46%.

1. Encontrar la nueva tasa de retorno resultante.

TIR 1 ORIGINAL	60%
TIR 2(DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS 3,53%)	<u>38%</u>
TIR resultante (TIR 1 – TIR 2)	23%

2. Calcular el porcentaje de variación (%V).

Se divide la TIR Resultante para la TIR1 Original, luego multiplicar dicho valor por 100.

%V **32%**

3. Calcular el valor de la sensibilidad del proyecto para el escenario #1.

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

S (coeficiente de sensibilidad)= 99%

b) Escenario 2.- Aumento de los costos en un 3,94%.

1. Encontrar la nueva tasa de retorno resultante.

TIR 1 ORIGINAL	60%
TIR 2(AUMENTO DE LOS COSTOS 3,94%)	<u>38%</u>
TIR resultante (TIR 1 – TIR 2)	23%

2. Calcular el porcentaje de variación (%V).

Se divide la TIR Resultante para la TIR1 Original, luego multiplicar dicho valor por 100.
%V **37%**

3. Calcular el valor de la sensibilidad del proyecto para el escenario #1.

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

S (coeficiente de sensibilidad)= 99%

En ambos escenarios el proyecto no es sensible ante dichas variaciones en los ingresos o costos del negocio.

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

OBJETIVO #1: Ejecutar un estudio de mercado para la identificación de la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los clientes potenciales, con el fin de la satisfacción futura de sus necesidades.

La investigación de mercado que se ejecutó cumplió con todos los objetivos establecidos inicialmente de determinar el perfil del consumidor, conocer sobre sus gustos, preferencias y necesidades. Luego de realizar las encuestas (ANEXO C), se determinó que las personas más interesadas en que este servicio se ofrezca en Mucho Lote 2, son mujeres mayores a los 26 años de edad, las cuales en su mayoría son trabajadoras dependientes y utilizan este tipo de servicios mínimo una vez en el mes; puesto que deben tener una presentación impecable por sus trabajos.

Las encuestas se realizaron a 383 mujeres que habitan por dicho sector de las cuales el 7% dió por terminada la encuesta en la pregunta 5 del cuestionario ya que nunca han consumido este tipo de servicios; por lo que se trabajó con un total de 357 encuestados. En la primera pregunta de la sección 2 del perfil del consumidor el 91% aseguró que el salón de uñas al que acuden con mayor frecuencia está ubicado en el norte de Guayaquil, pero no necesariamente están cerca de sus casas ya que dicho sector como se lo mencionó anteriormente no hay este tipo de negocios. El 68% de las personas acuden a centros estéticos de uñas ya que aseguran hay variedad de esmaltes y servicios especializados en uñas, atención personalizada, este grupo de personas por lo general no están viendo la cercanía del local sino la calidad del servicio. Por otra parte, el 21% acuden a centros de belleza para arreglar sus uñas, estas personas buscan lo más cercano con tal de tener bien presentadas sus uñas. Ambos grupos presentaron mucho interés al darles a conocer sobre la propuesta que tiene Beauty Nails en dicho sector de Guayaquil.

La pregunta #8 estaba relacionada a la importancia de las características de los servicios para determinar las preferencias de los consumidores y establecer las estrategias de mercado. Aproximadamente un 50% consideran que los más importante al momento de seleccionar entre varias opciones que ofrecen este servicio son calidad y marca de los

productos y la atención brindada por el personal; ya que de esto depende la duración del servicio además porque les gusta recibir sugerencias y recomendaciones sobre los distintos servicios que se ofrecen. En esta pregunta se destaca cuán importante es contar con un personal altamente calificado y la vocación, así como la calidad y variedad de productos ya que esto va a permitir diferenciarlos de la competencia en el futuro.

Al preguntarle a los encuestados sobre los horarios de atención, el 69% preferían el horario de la tarde de 12h00 a 18h00, seguido por un 27% de 19h00 a 21h00 dando como un resultado aproximado de 96% de las personas prefieren a partir del medio día ya que la mayoría trabaja. La pregunta #12 y 13 estaban relacionadas a la atención, el 67% indicó que les gustaría ser atendidos conforme van llegando y un 33% les gustaría ser atendidos con previa cita; mientras que, la pregunta 13, el 97% mostró aceptación sobre una página web de Beauty Nails para conocer sobre turnos y disponibilidades de horarios. Sin embargo, en base a las entrevistas realizadas a expertos, ellos sugirieron que la atención sea conforme van llegando ya que las personas suelen sacar citas, pero llegan tarde o no acuden y esto ocasiona malestar a los clientes que están esperando en el local y no pueden ser atendidos porque los cupos están reservados.

Por otra parte, las entrevistas a expertos que se realizaron permitieron tener más conocimientos sobre los servicios más demandados como son uñas acrílicas y manicure permanente y la demanda tiene un incremento significativo en el mes de diciembre.

OBJETIVO #2: Establecer estrategias de Marketing, para conformar una cartera de clientes satisfechos.

Las estrategias para estimular el interés a los clientes a consumir este servicio son variedad y calidad de productos, últimas tendencias en el mundo de las uñas, promociones, descuentos, premiación a la fidelidad. Por esta razón se busca tener un contacto directo y efectivo por medio de redes sociales, mensajes de textos, volantes, bayers publicitarios afuera del local que permitan a los clientes estar informados sobre precios, citas, descuentos y promociones.

Por medio de las entrevistas se determinó que una buena estrategia sería incrementar el personal en el mes de diciembre ya que la demanda aumenta y a los clientes no les gusta esperar mucho tiempo por todas las actividades que tienen que realizar. Esta

estrategia permitirá satisfacer la demanda garantizando la calidad del servicio. Además, el personal debe estar altamente capacitado y se debe preparar constantemente. La atención brindada debe ser cordial y amigable para que los clientes se sientan bien atendidos, otra estrategia es que el local contará con zona wifi y tv.

Adicionalmente, otra táctica que va con las promociones es realizar temáticas diarias para llamar la atención como por ejemplo: día de karaoke, tarde de cocteles o sangrías, series, películas, entre otros.

OBJETIVO #3: Aplicar un estudio técnico y organizacional para la determinación de la capacidad óptima instalada, la localización estratégica y una estructura orgánica del salón de uñas.

El centro estético Beauty Nails contará con un proceso productivo que inicia con la adquisición e inventariado de materiales, seguido de la ejecución del servicio y finalmente la facturación del mismo. Por su parte, la inversión total en maquinaria, materiales, gastos pre-operativos y capital de trabajo fue \$ 7.629,99. Adicionalmente, la localización estratégica establecida fue en el sector de Mucho Lote 2 ya que cuenta con un nicho de mercado para este tipo de negocios, además de arrendamientos asequibles y poseer cercanía al mercado objetivo.

La capacidad inicial de la empresa fue 5616 servicios anuales contando con tres manicuristas en el primer año y a partir del tercero se incrementaba una adicional debido a que las funciones a desempeñar serán más por el volumen de clientes a atender. Este estudio se complementa con un marco legal, que da como resultado la constitución de Beauty Nails como una microempresa de Responsabilidad Limitada cuyas características de este tipo de sociedades se ajustan apropiadamente al negocio en estudio.

OBJETIVO #4: Elaborar un análisis financiero para la determinación de la viabilidad que permita el desarrollo del plan de negocio.

La viabilidad financiera del negocio se fundamenta con las evaluaciones realizadas al flujo de caja proyectado, el mismo que está compuesto por momentos que reflejan las entradas y salidas de efectivo. La estructura del flujo comienza con los ingresos, los cuales se determinaron en función de la capacidad instalada y conforme aumenta la

demanda éstos también incrementarán a un 10%. Por su parte, los costos totales son la suma de los costos variable y costos fijos, estos últimos varían de un esquema a otro por la forma de pago a las manicuristas. Adicionalmente, se toma en consideración el financiamiento de la inversión inicial total dando como resultado cuatro escenarios mostrados a continuación:

ESQUEMA	ESCENARIO	VAN	TIR	PAYBACK
SALARIOS FIJOS	SIN FINACIAMIENTO	\$4.365,86	46%	1,8
	CON FINACIAMIENTO	\$6.173,60	60%	1,2
COMISIONISTAS	SIN FINACIAMIENTO	\$3.848,33	44%	1,6
	CON FINACIAMIENTO	\$2.302,84	35%	2,0

Tabla 4.1 Criterios Financieros
Fuente: Elaborados por Autores

En la tabla anterior, se evidencia la rentabilidad y sustentabilidad del negocio en base a los resultados de criterios financieros implementados en cada escenario. A su vez, se observa que todos los VAN son mayores a cero, es decir, la inversión en este centro estético de uñas generará beneficios por encima de la rentabilidad mínima que se exige. Mientras que, la TIR en cada escenario es mayor que la tasa de descuento, por lo tanto, se puede aceptar la inversión del proyecto. Asimismo, todos los periodos de recuperación son menores al horizonte de tiempo del proyecto, pero bajo el escenario con financiamiento y con el esquema de comisionistas se recupera la inversión en mayor lapso de tiempo que en los otros escenarios.

OBJETIVO #5: Desarrollar un análisis de sensibilidad para la identificación de las variables relevantes que afecten a la implementación del negocio.

Al realizar los escenarios de la disminución de los ingresos en un 2,46% y el aumento de los costos en un 2,71% se determinó que el proyecto no es sensible ante estas variaciones. Es decir, que el negocio en el peor de los casos puede tener ingresos hasta menores con un máximo de 2,46% de lo establecido en el capítulo anterior, sin tener afectación alguna y el mismo análisis aplica en el escenario de aumento en los costos fijos o variables.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez analizados cada uno de los objetivos e implementado las diferentes técnicas y metodologías para poderlos alcanzar se determinó lo siguiente:

- Por medio de la investigación de mercado se determinó que la demanda insatisfecha del sector es aproximadamente de 5763 personas, el punto de equilibrio del mercado es decir donde no se obtienen ni pérdidas ni ganancias en términos monetarios es de \$47.563,57 anuales y en cantidades 4566 servicios en el año. Cabe recalcar, que la demanda de este mercado es cíclica, en otras palabras, la demanda no es igual en todos los meses del año por lo cual se determinaron ponderadores equivalentes al 50% para el primer trimestre, 75% segundo y tercer trimestre y el 100% para el último trimestre del año.
- Los clientes que consumen este tipo de servicios consideran que las variables más importantes de diferenciación son: variedad y calidad de productos puesto que va a garantizar la durabilidad del pintado al igual que el personal capacitado y que muestre empatía y buena atención a los clientes para sentirse a gusto en el lugar.
- La constitución de Beauty Nails será como una microempresa de Responsabilidad Limitada, con capacidad inicial de la empresa fue 5616 servicios anuales y una inversión inicial total de \$ 7.629,99.
- La ubicación del local es estratégica debido a la afluencia de personas en el sector y al comercio existente por la apertura de otros negocios como escuelas, supermercados, entre otros.
- Por medio del estudio administrativo se determinó la estructura organizacional del negocio para poder satisfacer la demanda del sector. Además, del análisis de los dos escenarios referentes al pago de las manicuristas a) sueldos fijos + beneficios de ley; b) Pago por comisiones del 40% por servicio.
- Finalmente, luego de analizar los 4 escenarios mencionados anteriormente se podría decir que todos determinan la viabilidad de la implementación del centro estético de uñas en el sector de Mucho Lote 2. La diferencia entre los escenarios con sueldos

fijos vs los flujos con comisionistas es que en el segundo caso los costos van en relación a la cantidad demandada lo cual sería más recomendable para un negocio que recién empieza. Sin embargo, para aumentar dicha demanda hay que apuntarle al máximo a las estrategias para que de esta manera tanto las comisionistas como el dueño gane en base a este incentivo de demanda.

- El análisis de sensibilidad permitió determinar la rentabilidad del negocio ante incremento de los costos o disminución de los ingresos dando como resultado de que el proyecto no es sensible cuando los costos incrementan hasta un 2,46%, de igual manera no es sensible cuando los ingresos disminuyen hasta un 2,71%.

RECOMENDACIONES

- A continuación, se detallan las recomendaciones que deben ser tomadas en cuenta para la implementación del presente estudio:
- Iniciar el negocio con máximo 3 trabajadoras y luego incrementar el personal año a año en base al aumento de la demanda del mercado y al posicionamiento del negocio.
- Actualizar permanentemente las redes sociales sobre las promociones, trabajos realizados y últimas novedades, ya que es el canal directo de comunicación con los clientes. Además, crear una base de datos de todos los clientes para poner atender sus inquietudes, sugerencias y realizar comunicados.
- Lanzar constantemente promociones para atraer a nuevos clientes y mantener la fidelidad de los mismos, sin olvidar la calidad del servicio.
- Capacitar continuamente al personal sobre las últimas tendencias, técnicas y atención al cliente ya que eso permite tener una mayor afinidad con los usuarios y es un plus de diferenciación con la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

6. BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera, D. (2010). Ventajas y desventajas del uso de un método deductivo/inductivo en la investigación en administración de negocios. *Universidad La Salle : Gestión y Sociedad*, 176.
- Cámara de Industrias del Guayas. (17 de mayo de 2018). *Panorama Económico*. Guayaquil.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. (30 de diciembre de 2016). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec088es.pdf>
- El Telégrafo. (29 de enero de 2017). *La industria cosmética ecuatoriana crece en promedio 18% anual*. Obtenido de El Telégrafo: <http://tinyurl.com/yautw5cy>
- El Universo. (16 de octubre de 2018). *Ecuador: Cifras de empleo, desempleo y empleo adecuado se mantienen estables*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/16/nota/7002953/ecuador-cifras-empleo-desempleo-empleo-adecuado-se-mantienen>
- El Universo. (14 de agosto de 2018). *¿Cómo crear una empresa en Ecuador?* Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/08/13/nota/6904184/como-crear-empresa-ecuador>
- Gonzalez, T. (2 de abril de 2018). *Yanbal logra la autosuficiencia en Ecuador y reporta alzas del 17,1% en sus ventas país*. Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Yanbal-logra-la-autosuficiencia-en-Ecuador-y-reporta-alzas-del-17-1-en-sus-ventas-pais,963994.html#.XGBWkTNKjIU>
- Guerrero Bejarano, M. (2014). El Costo Promedio Ponderado de Capital WACC su importancia y aplicación en los países en desarrollo. *FENopina*, 26.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (págs. 76 - 87). México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y censo [INEC]. (2010). *Fascículo Provincial del Guayas*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y censo [INEC]:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (junio de 2011). *Avances del Censo Nacional Económico y Mecanismos de Difusión*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2016). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2016*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Kotler & Amrstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Pearson.
- Mae Fah Luang University. (2011). *Project Feasibility Study 2011 - .* Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/81849067/Project-Feasibility-Study-2011-G24-sec2-Nail-It-design-by-GH>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.
- Mankiw, G. (2004). Principios de Economía. En G. M.-T. Edición. McGraw Hill S.A.
- Masache, V. N. (2018). *Estudio de Factibilidad, para la Implementación de un Centro de Belleza para damas en la ciudad de Catacocha, Cantón Paltas, Provincia Loja*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Nacional de Loja: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19786/1/Viviana%20Nataly%20Masache%20Leon.pdf>
- Max, S. (14 de enero de 2015). *Rethinking the Nail Salon by Glancing at the Starbucks Model*. Obtenido de The New York Times: <https://nyti.ms/2jIRc3a>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (24 de agosto de 2017). *Ley beneficiará a todos los artesanos del país*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: <https://www.industrias.gob.ec/ley-beneficiara-a-todos-los-artesanos-del-pais/>
- Mintzberg, H. (1991). *The Strategy Process: concepts, contexts, cases*. New jersey: Prentice Hall.
- Municipalidad de Guayaquil. (2018). *Mucho Lote 2*. Obtenido de Municipalidad de Guayaquil: <http://www.guayaquil.gob.ec/direccion-terrenos-mucholote2>
- Prieto Hurtado, C. A. (2010). *Análisis Financiero*. Colombia.
- Report Buyer . (noviembre de 2017). *Nail Care Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2017 - 2022*. Obtenido de Report Buyer:

- <https://www.reportbuyer.com/product/5286750/nail-care-market-global-industry-analysis-size-share-growth-trends-and-forecast-2017-2022.html#free-sample>
- Revista Gestión & El Universo. (2014). *COSMÉTICOS: Se ajustan los procesos de producción. El negocio de la belleza gana terreno en Guayaquil*. Obtenido de Revista Gestión N° 253 y El Universo: http://www.revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/253_004.pdf - <https://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/07/nota/1552936/negocio-belleza-gana-terreno-urbe>
- Revista Gestión. (14 de noviembre de 2013). *La belleza en el Ecuador se vende bien N° 233*. Obtenido de Revista Gestión: https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/233_004.pdf
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta Edición. Bogotá: McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta Edición. En N. Sapag Chain, & R. Sapag Chain. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [Supercias]. (20 de mayo de 2014). *Ley de Compañías*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Universidad ICESI. (2011). *Contabilidad administrativa un enfoque gerencial de costos*. Obtenido de Biblioteca Digital Icesi: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66580/1/libro_contable_administrativo.pdf
- Valencia, W. A. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de Inversión Pública. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM*, 6.
- Vidal, M. (2014). *Programa de apoyo a la comunicación académica*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Chile: http://comunicacionacademica.uc.cl/images/recursos/espanol/escritura/recurso_en_pdf_extenso/15_Como_elaborar_un_marco_conceptual.pdf

7. APÉNDICE

1. Estructura del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es considerado como un instrumento para la toma de decisiones debido a que se basa en antecedentes económicos cuyo objetivo es determinar si el proyecto es viable o no. Autores en su libro preparación y evaluación de proyectos indican:

El estudio de viabilidad debe simular con el máximo de precisión lo que sucedería con el proyecto si este fuese implementado, aunque difícilmente pueda determinarse con exactitud el resultado que se logrará (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 18).

Dicho en otras palabras, el análisis de factibilidad brinda una secuencia de ejecución mediante diferentes estudios para la eficiente asignación de recursos. La estructura del estudio de factibilidad se compone de los siguientes partes: estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero.

1.1 Estudio de Mercado

El autor del libro Principios de la economía, indica que el mercado es un conjunto de vendedores y compradores, los cuales determinan la oferta y la demanda respectivamente. (Mankiw, 2004). Este estudio tiene la finalidad de conocer la cantidad demandada, análisis de oferta, el perfil de los consumidores, la probabilidad de introducir el producto al mercado, y los canales de distribución para identificar que agentes influyen en la estrategia comercial. El análisis del mercado es muy relevante debido a que se deriva información primaria para la determinación de los estudios siguientes.

1.2 Estudio técnico

El estudio técnico permite identificar las variables que afectan a la inversión y costos para determinar si el negocio es técnicamente factible. Al dar inicio a un proyecto es fundamental estudiar aspectos tecnológicos como: el óptimo proceso productivo, la localización estratégica, el tamaño del proyecto, la determinación de inversión de equipos productivos y la cuantificación de los costos y gastos tales como: la materia

prima y mano de obra, además de nutrirse de información del estudio de mercado para satisfacer la necesidad del mismo.

1.3 Estudio administrativo y organizacional

El estudio administrativo realiza la construcción de una estructura organizativa para la realización del proceso productivo óptimo. De acuerdo a otro autor, se define a la estructura organizacional como la coordinación y división del trabajo en diferentes tareas. (Mintzberg, 1991). Este estudio tiene como finalidad establecer los cargos de los puestos, las funciones respectivas y requerimiento de materiales de acuerdo a la ejecución de proyecto; de tal manera que se determine la cuantificación total de la inversión.

1.4 Estudio económico y financiero

Los resultados obtenidos de los estudios previos se monetizan en esta fase. El objetivo de este estudio es identificar la necesidad y la obtención eficiente de recursos financieros para la puesta en marcha del proyecto. Asimismo, se obtiene el valor de la empresa por el flujo de efectivo que la misma genera, dicho en otras palabras, en el flujo de caja proyectado se conoce si el negocio es factible o no financieramente tanto desde el punto de vista de la empresa como del inversor. Adicionalmente, este estudio cuenta con análisis de sensibilidad para determinar las variables principales que influyen en el nivel de financiamiento.

2. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Análisis de sensibilidad es considerado como una herramienta de juicio en la toma de decisiones debido a que ante variaciones de factores fundamentales señalan cuán sensible es la evaluación económica desarrollada.

Barreras Comerciales son obstáculos o también conocidos como mecanismo de protección a la libre circulación que enfrentan los productos extranjeros al ingresar en territorio nacional.

Barreras de ingreso se conocen como las dificultades o condiciones que impiden el ingreso de nuevas empresas dentro de un sector de la economía.

Barreras de salida son impedimentos que dificultan a la empresa su salida de la industria.

Capital de trabajo se considera como los recursos esenciales o activos corrientes para el funcionamiento del proyecto de acuerdo a una capacidad determinada.

Centro estético de uñas es un establecimiento especializado en el cuidado exclusivo de manos y pies, los cuales brindan servicios de manicure, pedicure, retiro de uñas postizas, tratamientos de hidratación para dichas partes del cuerpo; entre otros servicios.

Demanda corresponde a las necesidades de los individuos cuando se respaldan con el poder adquisitivo de compra.

Emprendimiento se comprende como la gestión de desarrollar una actividad económica, política o social con un enfoque de innovación asumiendo riesgos para la obtención de ganancias.

Encuestas son consideradas como un método de investigación para la obtención de información descriptiva a través de un conjunto de preguntas acerca de las preferencias, comportamientos y conocimientos de las personas.

Entorno Competitivo corresponde al entorno aledaño que posee la compañía, el cual está compuesto por nuevos entrantes al sector, proveedores, clientes y bienes sustitutos y competidores.

- **Nuevos participantes** son empresas que ingresan a una industria ya establecida para competir por la obtención de los mismos clientes.
- **Proveedores** son compañías que brindan los recursos necesarios para la realización del proceso productivo de la compañía.
- **Clientes** son personas racionales que tienen el poder adquisitivo y están dispuestas comprar un bien o servicio.
- **Bienes Sustitutos** representan una amenaza debido a que son una alternativa de compra para los consumidores.
- **Rivalidad de la Industria** son empresas que pertenecen a un mismo sector industrial, las cuales aspiran los mismos clientes y ganar participación en el mercado.

Estrategia Marketing se entiende como el curso de acción mediante el cual se crea valor y estrechar relaciones redituables con el cliente. La estrategia de marketing se compone de cuatro fases definidas a continuación:

- **Segmentación del Mercado** se define como la división del mercado en distintos segmentos de acuerdo a las características propias del sector.

- **Selección del Mercado Meta** es la elección de uno o más determinados segmentos que la compañía ingresará a través de una evaluación de diversos factores que hacen atractivo el mercado en estudio.
- **Posicionamiento** se define como la estrategia comercial de posicionar en un lugar distintivo a un bien o servicios en las mentes de los consumidores.
- **Diferenciación** es una estrategia que permite hacer diferente al producto frente a los competidores para generar valor y ventaja competitiva.

Flujo de Caja es un examen exhaustivo del nivel de liquidez de la empresa compuesto por información de ingresos y egresos suministrada por cada uno de los estudios que componen un proyecto.

Fuentes de financiamiento son los métodos de obtención de recursos financieros que utiliza la empresa para subvencionar el pago de sus deudas o la puesta en marcha del negocio.

Gravar es el establecimiento de un gravamen sobre una renta, bien o actividad.

Marketing Mix - 4 P's son herramientas de la mercadotecnia para la realización de una estrategia comercial.

- **Plaza** son conocidas como la vía en los productos son distribuidos hacia el consumidor final.
- **Precio** es la cantidad monetaria que se obtiene o se paga de un producto o servicio.
- **Producto** es un objeto que puede ser ofertado para la satisfacción de las necesidades de un deseo o necesidad.
- **Promoción** es el método que las empresas utilizan para dar a conocer una determinada marca o producto.

Materiales punto de compra (Siglas en ingles POP) son una gran cantidad de materiales para promocionar marcas, empresas u organizaciones puesta en los puntos de ventas.

Oferta es una fuerza del mercado que representa la cantidad del bien que los vendedores pueden y desean ofrecer al mercado.

Organigrama corresponde a una representación gráfica de la división jerárquica de trabajo dentro de una compañía, es decir, muestra la autoridad y la relación de dependencia que posee cada la estructura departamental.

Participación en el mercado se define como la cuota relativa que posee un producto correspondiente a sus ventas totales.

Periodo de recuperación es el tiempo considerado para que el proyecto en estudio recupere su inversión inicial.

Plan de negocios es considerado como una descripción exhaustiva que agrupa la información, requerimientos y lineamientos necesarios para el establecimiento de un negocio.

Presupuesto es una estimación financiera sistemática para lograr objetivos gerenciales para que se lleve a cabo el proceso productivo de una compañía.

Rentabilidad es conocida como el beneficio obtenido de la diferenciación entre ingresos y costos totales relacionado con recursos propios invertidos.

Servicio de manicure y pedicure son tratamientos para el cuidado y arreglo de las uñas; el cual consiste en limpiar profundamente, cortar, limar y aplicar esmalte a las uñas de acuerdo a la elección del cliente. Si el tratamiento se lo realiza en manos se lo conoce como manicure y si es para las uñas de los pies se lo denomina pedicure.

Solvencia es un indicador financiero que muestra la relación entre cantidad de activos frente a los pasivos; además, determina la capacidad que tiene la compañía para cubrir sus deudas.

Tamaño del proyecto se constituye por el conjunto de diversos factores tales como: demanda, oferta, cantidad de insumos, localización, entre otros; que inciden en nivel de inversión y costos.

Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) es un porcentaje de referencia para el inversor debido a que determina si el proyecto es económicamente viable o no.

Valor actual neto (VAN) es un criterio financiero que representa la diferencia entre ingresos y egresos, el cual permite conocer al inversor si el proyecto debe aceptarse o no.

Valor de desecho es la cantidad de monetaria que se recibe cuando se vende el bien o la vida útil de un activo finalice.

Viabilidad. Este término muestra la posibilidad de éxito o fracaso de llevar a cabo un proyecto.

8. ANEXOS

8.1 ANEXO A ENCUESTA

Fecha: _____ - Diciembre – 2018

Día:

Horario:

Buenos días/tardes soy estudiante de la FCSH (Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas) de la ESPOL, estamos realizando una investigación de mercado, cuyo objetivo es determinar la viabilidad de la implementación de un centro estético de uñas para la materia Integradora por lo que esperamos contar con su colaboración. Sus respuestas son de absoluta confidencialidad y solo serán usados con fines académicos. Por ningún motivo serán tratadas de forma individual para otro fin.

INSTRUCCIONES: Marque la opción con la que se identifique en cada una de las siguientes preguntas.

1. Sexo

- Femenino
- Masculino

2. ¿Cuántos años tiene?

- 12 a 17 años
- 18 a 25 años
- 26 años en adelante

3. Ocupación

- Estudiante
- Trabajador dependiente
- Ama de casa
- Trabajador Independiente
- Ninguna

4. ¿Usted vive por este sector?

- Sí
- No, ¿indique en qué sector vive?

SECCIÓN 1: PREGUNTAS FILTRO

5. ¿Con qué frecuencia usted acude a un centro estético de uñas?

- 1 vez a la semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes
- Solo cuando tiene algún compromiso
- Nunca
- Otros: _____

Si su respuesta es NUNCA muchas gracias por su tiempo y colaboración.

SECCIÓN 2: PERFIL DEL CONSUMIDOR

6. Actualmente, ¿en qué sector de Guayaquil está situado el salón de uñas al que usted acude con mayor frecuencia?

- Norte
- Centro
- Sur
- Otros:

7. ¿Cuál de los siguientes lugares usted prefiere para arreglarse sus uñas?

- Salón de belleza
- Salón de uñas
- Servicio a domicilio de manicure y pedicure
- Otros:

8. Indique, según sus preferencias, lo que usted considera más importante al momento de adquirir el servicio de pedicure y manicure. (Siendo 5 más importante y 1 menos importante).

	Menos importante 1	2	Indiferente	Muy importante	Extremadamente importante
Precio					
Promoción					
Variedad de esmaltes					
Atención brindada					
Calidad y marca de los productos					
Exclusividad					
Cercanía de su hogar					
Tiempo de espera					

9. ¿Cuáles son los horarios de su preferencia para acudir al salón de uñas?

- Mañana (de 8am a 11am)
- Tarde (12pm a 6pm)

- Noche (7pm a 9pm)

SECCIÓN 3: VALIDACIÓN DEL SERVICIO

10. ¿Le gustaría que exista un centro estético de uñas “Beauty Nails” en el que se ofrezca una atención exclusiva con productos de calidad el sector de Mucho Lote 2 de Guayaquil?

- SI
- NO

11. Adicionalmente, ¿Qué otros servicios le gustaría recibir en el centro estético de uñas Beauty Nails?

- Depilación de cejas
- Depilación de bigotes
- Maquillaje
- Limpieza facial
- Otros: _____

12. ¿Cómo le gustaría que sea la atención que se brindara en el salón de uñas?

- Previa cita
- Conforme van llegando al local
- Otros: _____

13. ¿Le gustaría que Beauty Nails cuente con una página Web o aplicación donde usted pueda conocer la disponibilidad y separar su turno?

- Si
- No

14. Seleccione los medios por los cuáles le gustaría recibir información sobre las promociones y novedades de Beauty Nails (mínimo 1 máximo 3).

- Redes sociales
- Mensaje de texto
- Volantes
- Whatsapp
- Banners afuera del local
- Otros:

8.2 ANEXO B ENTREVISTA A EXPERTO

Fecha: 17 - Diciembre – 2018

Nombre: Vanessa Gamboa

Profesión: Estudiante

Puesto: Administradora del local Nails Brush- Guayaquil

Edad: 22 años

Buenos días/tardes soy estudiante de la FCSH (Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas) de la ESPOL, estamos realizando una investigación de mercado, cuyo objetivo es determinar la viabilidad de la implementación de un centro estético de uñas para la materia Integradora por lo que esperamos contar con su colaboración. Sus respuestas son de absoluta confidencialidad y solo serán usados con fines académicos. Por ningún motivo serán tratadas de forma individual para otro fin.

SECCIÓN 1: ESTUDIO DE MERCADO

1. ¿Qué tiempo lleva incursionando en el negocio de los centros de uñas?

Nails Brush es un centro estético de uñas que tiene 12 años en la ciudad de Quito y 7 meses en la ciudad de Guayaquil.

2. ¿Qué lo motivó a entrar a la industria de la belleza?

Debido a la evolución que ha tenido la industria de la belleza en el país y a la rentabilidad de este negocio decidieron crear una sucursal en Guayaquil. Además, consideran que antes las personas solo acudían a los gabinetes para pintar sus uñas, pero ahora prefieren ir a centros estéticos de uñas ya que hay variedad de esmaltes, servicios y personal especializado en las tendencias de uñas.

3. ¿Qué percepción tiene de la industria de la belleza en especial al sector de las uñas? ¿Por qué?

Es una industria que tiene tendencia de crecimiento, innovación y es rentable ya que la mujer siempre busca lucir impecable y van con mucha frecuencia en el mes a los centros estéticos de uñas.

4. ¿Cuáles considera que son las Fortalezas y Oportunidades que tiene este tipo de negocios?

Fortalezas

- Atención al cliente: el objetivo es que las clientas se sientan muy cómodas y en un ambiente confortable y de relajación. Según los gustos de ellas se ponen

películas, series, música hasta karaoke han pedido y se las complace para que en el caso de que los toque esperar no se desesperen.

- Calidad de productos: la mayoría de las clientas vuelven porque aseguran que los productos son de buena calidad ya que les dura mucho tiempo y hay variedad de esmaltes y servicios como: uñas acrílicas; esmaltes permanentes, básicos, gel; depilación de bigotes, cejas, zona de pedicure, entre otros.
- Innovación: Cada dos meses se capacita al personal sobre las últimas técnicas y cuidado de uñas, productos, servicios. Se trata de escuchar todas las sugerencias y recomendaciones de las clientas para que se sientan a gusto y mantener la fidelidad de ellas. Por ejemplo, se implementó el servicio de colocación de pestañas postizas y diseño de cejas por petición de los usuarios.

Oportunidades

- Existe mucho comercio alrededor del local como por ejemplos restaurantes, gimnasio, iglesia, tía al frente del centro estético de uñas.
- A lado del local hay un taller mecánico y varias clientas aprovechan para arreglar sus uñas mientras sus esposos están dándole mantenimiento a sus carros.

5. Indique, las debilidades y amenazas que se le han presentado hasta el momento y cómo pudo superarlas.

Debilidades

Amenazas

- Bajas barreras de ingreso al mercado. Fueron pioneros en el sector, pero actualmente ya hay negocios similares.
- Fuga de información, por medio de las redes sociales la competencia copia las promociones.

6. ¿Ha identificado el perfil del consumidor que acude a este centro estético? Indique las principales características.

- Mujeres de clase media/alta
- Generalmente son mujeres ejecutivas, empresarias, oficinistas.

7. Según su percepción, ¿cuáles considera que son los factores más importantes que los clientes piensan al momento de acudir a un centro estético de uñas?

- Limpieza y sanidad
- Excelente atención a las clientas.
- Profesionalismo y experiencia del personal
- Comodidad y confort
- Trabajo impecable, dedicación y creatividad del personal.
- Variedad de servicios y productos.
- Los precios y las promociones que se ofrecen son muy importantes.

8. ¿Cuáles son los servicios más requeridos por los clientes?

Los servicios más requeridos por los clientes son uñas acrílicas y esmaltado permanente(Gel).

9. En base a su experiencia, ¿usted considera que a los clientes que consumen este tipo de servicios les gusta que se los atienda conforme van llegando al local o prefieren sacar previa cita?

Al principio las clientas deseaban que el servicio sea con previa cita, pero 8 de cada 10 clientas que tienen su cita reservada la cancelan a último momento, llegan tarde o no asisten. Por lo que desde el mes de diciembre la atención brindada es conforme van llegando al local, solo en el caso de que una clienta pague por adelantado se podría agendar una cita. En general, se podría decir que lo más recomendable y conveniente para este tipo de negocios es atender según la llegada de los clientes.

SUBSECCIÓN 1.1: ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

10. ¿Cuáles son las estrategias de diferenciación que usted aplica con sus clientes para mantener y aumentar su cartera de negocios?

- Precios y promociones
- Calidad en el trabajo y productos.
- Excelente atención al cliente (que los clientes sientan que son sus amigos, para que tenga confianza en expresar algo).

11. ¿Usted cree que se potencie el sector de uñas en Guayaquil? De ser afirmativo díganos de qué forma, en caso contrario que podría sugerir.

Si, aproximadamente el 95% de la cartera de clientes son fijas o que asisten por primera vez por recomendaciones y se quedan como fijas también; ellas van mínimo 2 veces en el mes y el 5% son clientas que van solo cuando tienen algún evento.

SECCIÓN 2: ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

12. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa?

Guayaquil

- Gerente (1)
- Administradora y cajera (1)
- Comisionistas- manicuristas (4)

Llevamos en el mercado 7 meses, iniciamos (en Julio) con 2 manicuristas fijas de martes a domingo 1 chica adicional para los fines de semana y una administradora. En el mes de septiembre, segundo mes en el mercado, dejamos las 3 chicas fijas de martes a jueves. Y desde el mes de Diciembre contamos con 4 chicas manicurista, 1 cajera y la gerente por el incremento de demanda.

Quito

- Gerente (1)
- Administradora (1)
- Cajera (1)
- Comisionistas- manicuristas (7)

En Quito, iniciamos con 4 manicuristas y al año de estar en el mercado incrementamos a 7 personas. En el mes de alta demanda como es Diciembre contratamos a 2 o 3 chicas más para cubrir con la demanda y que las clientas no esperen mucho tiempo para ser atendidas.

13. ¿Cuántas personas usted tiene a su cargo?

En Quito 9 personas y Guayaquil 5.

14. ¿Considera usted que la localización del negocio es una de sus ventajas competitivas?

Sí, podría decir que lo importante para este tipo de negocios es ubicación, buena atención y calidad de los productos y servicios.

15. ¿Qué características consideró al momento de seleccionar la localización del negocio?

- Precio, por ser un negocio nuevo y para poder cubrir con los costos se buscó un local económico.
- No exista competencia, con el fin de innovar y potenciar al negocio en el sector se buscó un local que no tenga competencia cercana.
- Sector comercial, la gran afluencia de personas por dicho sector es una gran ventaja.

16. Aproximadamente, ¿Cuánto fue la inversión en equipo técnico?

\$8000

SECCIÓN 3: ESTUDIO FINANCIERO

17. ¿Cuánto es el % promedio de ingresos mensuales?

Aproximadamente los ingresos son de \$2000 mensuales.

18. ¿Cuáles son los meses más productivos para el centro estético de uñas?

En Quito los meses más productivos son diciembre, Mayo (mes de la madre) y época de vacaciones escolares (Julio a septiembre).

En Guayaquil debido a que solo tiene 7 meses la sucursal hasta ahora es diciembre.

19. ¿Cuál es la cantidad promedio de clientes que acuden mensualmente al centro estético de uñas?

Aproximadamente 100 personas de las cuales unas 70 son clientas fijas.

20. ¿Cómo considera usted que es la relación calidad-precio?

Si

21. ¿Cree usted que es rentable implementar este negocio en el norte de Guayaquil?

Si, para que las personas no tengan que dirigirse a lugares distantes para asistir a un centro de uñas y pueden lucir unas uñas impecables.

Muchas gracias.

Fecha: 23 - Diciembre – 2018

Nombre: María Camacho

Profesión: Ing Comercial

Puesto: Administradora del local I-Nails

Edad: 30 años

Buenos días/tardes soy estudiante de la FCSH (Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas) de la ESPOL, estamos realizando una investigación de mercado, cuyo objetivo es determinar la viabilidad de la implementación de un centro estético de uñas para la materia Integradora por lo que esperamos contar con su colaboración. Sus respuestas son de absoluta confidencialidad y solo serán usados con fines académicos. Por ningún motivo serán tratadas de forma individual para otro fin.

SECCIÓN 1: ESTUDIO DE MERCADO

22. ¿Qué tiempo lleva incursionando en el negocio de los centros de uñas?

I-Nails es un centro estético de uñas ubicado en el Norte de Guayaquil que lleva en el mercado 3 años.

23. ¿Qué lo motivó a entrar a la industria de la belleza?

Siempre he querido tener un negocio propio y lo fusioné con la belleza porque es algo que me gusta y que en los últimos años ha tenido una evolución impresionante.

24. ¿Qué percepción tiene de la industria de la belleza en especial al sector de las uñas? ¿Por qué?

Es una industria que está en constante evolución, la mayoría de mujeres y me incluyo somos vanidosas que las pestañas postizas, uñas acrílicas, diseño de cejas, depilación. Además, porque la imagen vende y deben lucir impecables en el trabajo.

25. ¿Cuáles considera que son las Fortalezas y Oportunidades que tiene este tipo de negocios?

Fortalezas

- Personal altamente capacitado, con conocimientos sólidos sobre el cuidado de las uñas.
- Amabilidad y la atención brindada a nuestras clientes las hace sentirse a gusto.
- Las promociones que lanzamos son muy atractivas para nuestros clientes.

Oportunidades

- Incrementar el negocio ya que contamos con los equipos necesarios para atender a las clientes.

- Seguir innovando en el mercado de las uñas así como lo hicimos con la máquina de impresión.

26. Indique, las debilidades y amenazas que se le han presentado hasta el momento y cómo pudo superarlas.

Debilidades

- Al querer ampliar el negocio en ese local no podríamos ya que es pequeño y no podríamos expandirnos.

Amenazas

- Mucha competencia en ese sector hay 4 negocios en la misma cuadra.
- Incremento de arriendo.

27. ¿Ha identificado el perfil del consumidor que acude a este centro estético? Indique las principales características.

- Mujeres de clase media/alta
- Mujeres vanidosas (entre risas).

28. Según su percepción, ¿cuáles considera que son los factores más importantes que los clientes piensan al momento de acudir a un centro estético de uñas?

- Los precios y las promociones que se ofrecen son muy importantes.
- Trabajo impecable, dedicación y creatividad del personal.
- Variedad de servicios y productos.
- Los precios y las promociones que se ofrecen son muy importantes.

29. ¿Cuáles son los servicios más requeridos por los clientes?

Los servicios más requeridos por los clientes son uñas acrílicas y manicure y pedicure básico.

30. En base a su experiencia, ¿usted considera que a los clientes que consumen este tipo de servicios les gusta que se los atienda conforme van llegando al local o prefieren sacar previa cita?

Si usted le pregunta a las clientas, ellas le van a decir que quieren separar su turno. Cuando iniciamos el negocio separábamos cita pero ahora es solo conforme van llegando ya que habían clientas que no venían o llegaban tarde y es nos atrasaba o no nos permitía atender a otras clientas que ya estaban esperando en el local

SUBSECCIÓN 1.1: ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

31. ¿Cuáles son las estrategias de diferenciación que usted aplica con sus clientes para mantener y aumentar su cartera de negocios?

- Somos los pioneros en tener una máquina que realiza impresiones digitales de la foto que traiga el cliente sobre las uñas y es algo que les llama mucho la atención.
- Tenemos promociones diarias, para incentivar a las clientas.
- Calidad en el trabajo y productos.
- Excelente atención al cliente

32. ¿Usted cree que se potencie el sector de uñas en Guayaquil? De ser afirmativo díganos de qué forma, en caso contrario que podría sugerir.

Si, este es un negocio que está en constante evolución en cuanto a técnicas, productos, servicios. Por ejemplo, antes existía solo el acrílico ahora hay el encapsulado, impresiones sobre las uñas, entre otros; todo depende de uno como dueña del local se capacite y este en constante actualización al igual que el personal también tenga conocimientos.

SECCIÓN 2: ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

33. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa?

Actualmente la estructura de mi negocio es:

- Gerente (1)
- Administradora (1)
- Manicuristas (8)

Sin embargo, cuando recién iniciamos éramos solo 4 personas incluyéndome. Conforme hemos ido posicionándonos en el mercado se han aumentado el personal para poder satisfacer la demanda. Este crecimiento se lo ha obtenido gracias a la ardua publicidad que hemos manejado a través de las redes sociales.

34. ¿Cuántas personas usted tiene a su cargo?

9 personas.

35. ¿Considera usted que la localización del negocio es una de sus ventajas competitivas?

Sí, en realidad yo lo considero un arma de doble filo ya que estamos en una avenida principal donde pasan muchos buses, carros y transeúntes pero por otro lado hay mucha competencia en este sector.

36. ¿Qué características consideró al momento de seleccionar la localización del negocio?

- Sector comercial, la gran afluencia de personas por dicho sector es una gran ventaja.

37. Aproximadamente, ¿Cuánto fue la inversión en equipo técnico?

\$10000 aproximadamente.

SECCIÓN 3: ESTUDIO FINANCIERO

38. ¿Cuánto es el % promedio de ingresos mensuales?

Aproximadamente los ingresos son de \$4000.

39. ¿Cuáles son los meses más productivos para el centro estético de uñas?

Los meses con mayor demanda son: mayo mes de la madre y diciembre festividades navideñas y fin de año.

40. ¿Cuál es la cantidad promedio de clientes que acuden mensualmente al centro estético de uñas?

Aproximadamente 150 personas en el mes.

41. ¿Cómo considera usted que es la relación calidad-precio?

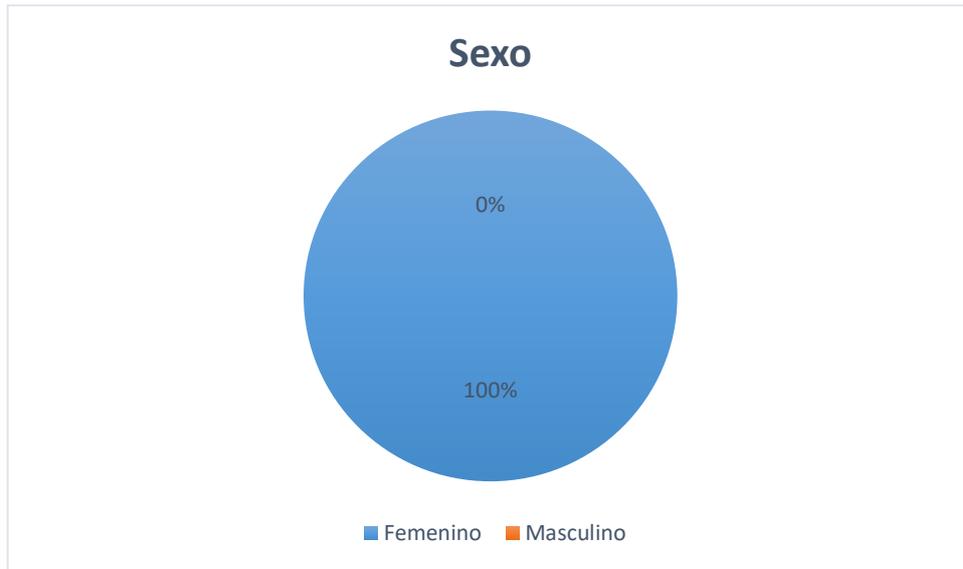
Si

42. ¿Cree usted que es rentable implementar este negocio en el norte de Guayaquil?

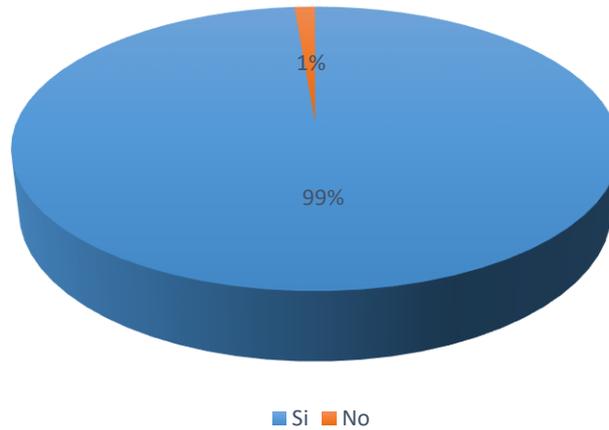
Si, es un negocio que ha tenido bastante aceptación en el norte de Guayaquil.

Muchas gracias.

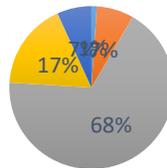
8.3 ANEXO C. TABULACIONES DE LAS ENCUESTAS



¿USTED VIVE POR ESTE SECTOR?

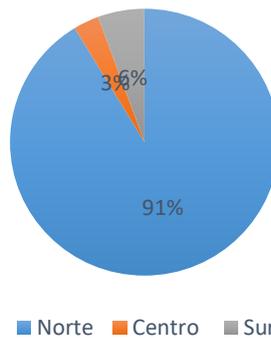


¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED ACUDE A UN CENTRO ESTÉTICO DE UÑAS?

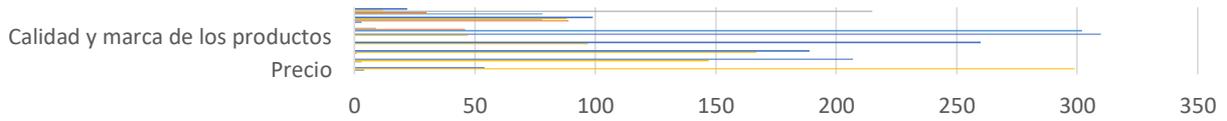


- 1 vez a la semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes
- Solo cuando tiene algún compromiso
- Nunca

Actualmente, ¿en qué sector de Guayaquil está situado el salón de uñas al que usted acude con mayor frecuencia?



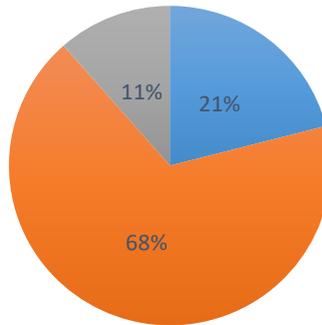
Indique, según sus preferencias, lo que usted considera más importante al momento de adquirir el servicio de pedicure y manicure. (Siendo 5 más importante y 1 menos importante).



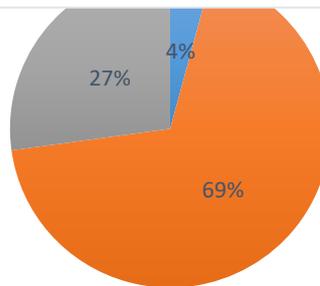
	Precio	Promoción	Variedad de esmaltes	Atención brindada	Calidad y marca de los productos	Exclusividad	Cercanía de su hogar	Tiempo de espera
■ Extremadamente importante	54	207	189	260	310	0	99	22
■ Muy importante	299	147	167	97	47	0	88	12
■ Indiferente	4	3	1	0	0	9	78	215
■ Ligeramente importante	0		0	0	0	46	89	30
■ Menos importante	0	0	0	0	0	302	3	78

■ Extremadamente importante ■ Muy importante ■ Indiferente ■ Ligeramente importante ■ Menos importante

¿Cuál de los siguientes lugares usted prefiere para arreglarse sus uñas?

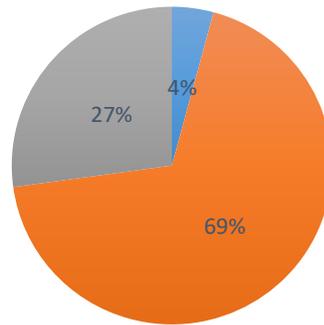


■ Salón de belleza ■ Salón de uñas ■ Servicio a domicilio de manicure y pedicure



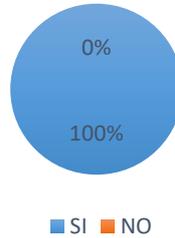
■ Mañana (de 8am a 11am) ■ Tarde (12pm a 6pm) ■ Noche (7pm a 9pm)

¿Cuáles son los horarios de su preferencia para acudir al salón de uñas?

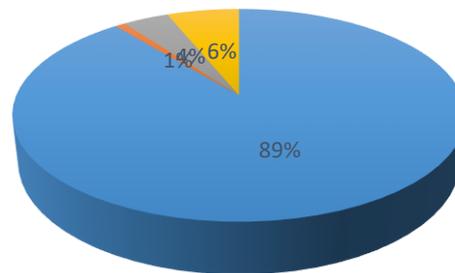


■ Mañana (de 8am a 11am) ■ Tarde (12pm a 6pm) ■ Noche (7pm a 9pm)

¿Le gustaría que exista un centro estético de uñas “Beauty Nails” en el que se ofrezca una atención exclusiva con productos de calidad el sector de Mucho Lote 2 de Guayaquil?

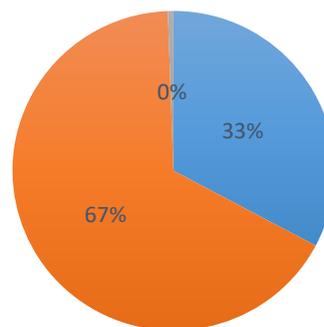


Adicionalmente, ¿Qué otros servicios le gustaría recibir en el centro estético de uñas Beauty Nails?



■ Depilación de cejas ■ Depilación de bigotes ■ Maquillaje ■ Limpieza facial

¿Cómo le gustaría que sea la atención que se brindara en el salón de uñas?

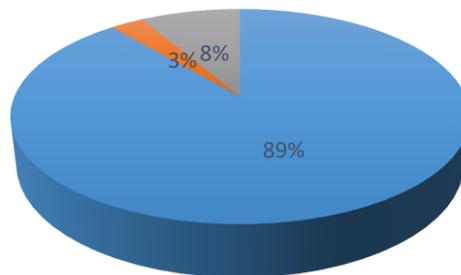


■ Previa cita ■ Conforme van llegando al local ■ Otros

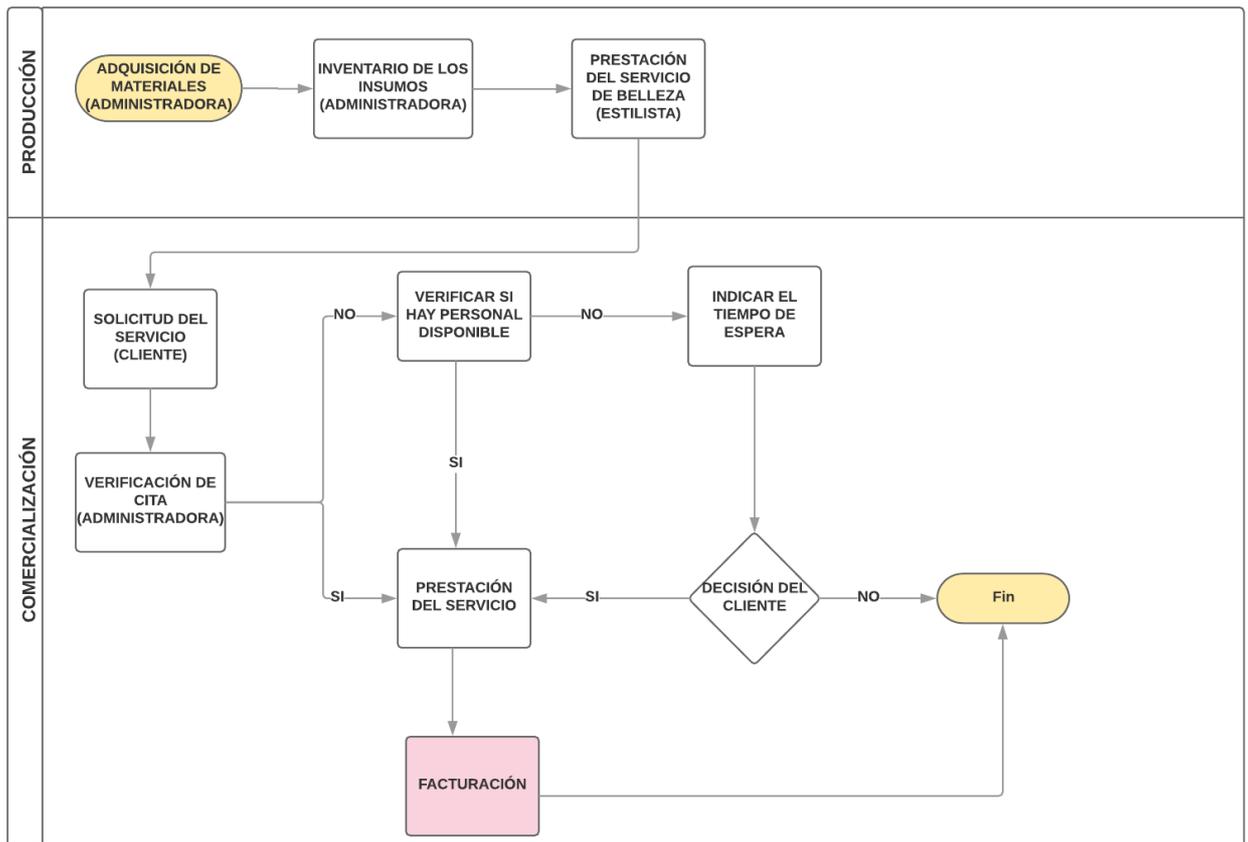
¿Le gustaría que Beauty Nails cuente con una página Web o aplicación donde usted pueda conocer la disponibilidad y separar su turno?



Seleccione los medios por los cuáles le gustaría recibir información sobre las promociones y novedades de Beauty Nails



8.4 ANEXO D FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



8.5 ANEXO E COTIZACIONES



MEGAMOBILIER S.A. / RUC 0992715189001

Fabricación, Importación y Distribución de Muebles para Oficina, Peluquería y Spa, Restaurantes, Hogares, Instituciones Educativas y Hospitales

Empresa:

PROFORMA

Atención: Cindy Villamar

Fecha: martes, 11 de septiembre de 2018

E-Mail:

C.I./Ruc:

Telfs.: 98 220 6822

Asesor: *Lcda. Maylin*

González

Dirección:

Telf. 0961230129/ 0206038806

Asesor:

"Permítanos complacerlo/a con mobiliario acorde a su presupuesto, poniendo como prioridad la calidad. No busque más, escoja Megamobiliier"

No	Cant.	Imagen	Descripción	Precio U.	Desc.	Precio Desc.	Total con Desc.
1	3		PEDICURE COLEMAN: Pedicure hidráulico. Base en acero con base PINTADA apoyador de pies ajustable PINTADO. Color a escoger.	\$444,44	10%	\$44,44	\$1.200,00
2	3		MESA MANICURE SHIRO ECO Mesa de manicure, con cajón y divisiones + seguro y agarradera	\$66,67	10%	\$ 6,67	\$360,00

3	3		TABURETE CLASSIC (NEGRO Y BLANCO). Asiento inyectado de esponja y tapizado. Estructura cromada, mecanismo a gas, y garruchas deslizantes. Colores a elegir: Negro y Blanco	\$22,22	10%	\$2,22	\$120,00	
	3		SILLA DIMMER DS Silla ergonómica, asiento inyectado de esponja y tapizada. Estructura de tubo acerado acabado cromado.	\$22,22	10%	\$2,22	\$120,00	
5	4		TIM EXHIBIDOR. Exhibidor de madera en color blanco. Se complementa muy bien con las latas con clip EURO TE o los envases herméticos. .	\$16,67	10%	\$1,67	\$60,00	
FORMA DE PAGO: 70% ANTICIPO /30% PREVIA ENTREGA FINAL							TOTAL SIN DSCT.	\$2066,68
PRESENTENOS UNA MEJOR OPCION Y SE LA MEJORAMOS							DESCUENTO	\$57,22
STOCKY PRECIOS SUJETOS A VARIACION SIN PREVIO AVISO							SUBTOTAL	\$ 2009,46
VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 DIAS LABORABLES							IVA 12%	\$241,13
GARANTIA: 1 AÑO /5 AÑOS ESTRUCTURAS							TOTAL FINAL	\$1.768,32
TIEMPO DE ENTREGA: A CONVENIR							DIFERENCIA	
EL COSTO DEL TRANSPORTE CORRE POR CUENTA DEL CLIENTE								

Lcda. Maylin González

Megamobilier S.A.

Matriz: P. Icaza 630 y Boyacá • Edificio Megamobilier • Guayaquil-Ecuador
 Tel: (04)-2566990 -2566500 - 2566625 • Móvil: 0986099772 /ventas@megamobilier.com • www.megamobilier.com
Sucursal: Edmundo Carvajal Oe5-158 y El Cóndor • Quito-Ecuador

8.6 ANEXO F COTIZACIONES



Centro comercial Mundo Sonesta Local # 4 y 5 – Planta alta

“PROFORMA”

Pago en Efectivo o Transferencia

Fecha	Dirigido a:	Rep. de ventas
21 de Diciembre del 2018	kmcarrie@espol.edu.ec	<u>Yasmani</u> Bravo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	TV PRIMA 32" FULL HD	\$300	\$300
1	AIRE AMERICAN STAR 12000 CON INSTALACIÓN	\$299	\$299
1	CAJA REGISTRADORA SAM4S ER-945	\$419	\$419
3	KIT VIDEO VIGILANCIA (CÁMARAS DE SEGURIDAD)	\$100	\$300

REALIZAR TU PEDIDO O PEDIR MAS INFORMACION COMUNICATE AL

WhatsApp: 097-869-5804 LOCAL FMSTORE: 6047660

- HORARIO DE ATENCION: LUNES A SABADO (10 AM – 8 PM)

DOMINGO (11 AM – 7 PM)

GRACIAS POR SU VISITA

8.7 ANEXO G COTIZACIONES

GLORIA SALTOS

Belleza · Spa · Peluquería

RUC: 0907016364001

**VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE PERFUMERIA,
COSMETICOS, JABONES Y ARTICULOS DE TOCADOR**

CIUDAD: Guayaquil
VENDEDOR: Jhonny Carrillo

PROFORMA

SR: Karen Carriel **DIA** 20 **MES** Diciembre **AÑO** 2018

CANT	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
40	Esmaltes básicos Essie	\$ 1,99	\$ 79,60	\$ 9,55	\$ 89,15
30	Esmaltes permanentes Nails Inc Gel Effect Nail	\$ 10,99	\$ 329,70	\$ 39,56	\$ 369,26
20	Uñas acrílicas X 100-Nail Natural Ref#100 XNL-	\$ 10,00	\$ 200,00	\$ 24,00	\$ 224,00
15	Acrílico White a polyme 113.00 G STO:5	\$ 5,00	\$ 75,00	\$ 9,00	\$ 84,00
4	Alicates para uñas Corte Largo Cobalt INOX 199 STO:45	\$ 8,70	\$ 34,80	\$ 4,18	\$ 38,98
4	Botella de Quita esmaltes Hume Ctante	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 1,20	\$ 11,20
2	Pinceles (paquetes) decorativo X8 Rosado STO:21	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 0,72	\$ 6,72
12	Toallas para manos marca Delfin STO:44	\$ 4,00	\$ 48,00	\$ 5,76	\$ 53,76
6	Removedor de cutícula en 15 segundos 29.50 ML STO: 6	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 3,60	\$ 33,60
1	Limas de uñas (docenas) recta de dos pisos	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,10	\$ 0,90
3	Removedor de callos ablandador de cutícula y callos 30. 00 ML STO:73	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 1,80	\$ 16,80
3	Kit limpieza manicure/ pedicure	\$ 35,00	\$ 105,00	\$ 12,60	\$ 117,60
			TOTAL	\$ 112,07	\$ 1.045,97

**Gabriel Jose De Luque Y Benitez 322,
Guayaquil 090313
(04) 253-0151**

8.8 ANEXO H VALOR DE DESECHO

VALOR DE DESECHO CONTABLE						
Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Años depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Mesas para manicure(0,8)	\$ 360,00	8	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 135,00
Muebles (0,10)	\$ 133,28	10	\$ 13,33	5	\$ 66,64	\$ 66,64
Estantería (0,10)	\$ 60,00	10	\$ 6,00	5	\$ 30,00	\$ 30,00
Sillas para manicure (0,7)	\$ 240,00	7	\$ 34,29	5	\$ 171,43	\$ 68,57
Sillones para pedicure (0,10)	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00
Rótulos-lettreros (0,5)	\$ 100,00	5	\$ 20,00	5	\$ 100,00	\$ -
Cámaras (0,5)	\$ 300,00	5	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ -
Esterilizador (0,5)	\$ 50,00	5	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ -
Caja Registradora (0,6)	\$ 419,00	6	\$ 69,83	5	\$ 349,17	\$ 69,83
Tv (0,6)	\$ 300,00	5	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ -
Aire Acondicionado (0,10)	\$ 299,00	10	\$ 29,90	5	\$ 149,50	\$ 149,50

8.9 ANEXO I CAPITAL DE TRABAJO

Método del Déficit Acumulado												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Diciembre
TOTAL DE INGRESOS	\$3.250,00	\$3.250,00	\$3.250,00	\$4.875,00	\$4.875,00	\$4.875,00	\$4.875,00	\$4.875,00	\$4.875,00	\$6.500,00	\$6.500,00	\$6.500,00
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	-\$849,94	-\$849,94	-\$849,94	-\$1.274,91	-\$1.274,91	-\$1.274,91	-\$1.274,91	-\$1.274,91	-\$1.274,91	-\$1.699,88	-\$1.699,88	-\$1.699,88
TOTAL DE COSTOS FIJOS	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06	-\$2.847,06
TOTAL DE COSTOS	-\$3.697,00	-\$3.697,00	-\$3.697,00	-\$4.121,97	-\$4.121,97	-\$4.121,97	-\$4.121,97	-\$4.121,97	-\$4.121,97	-\$4.546,94	-\$4.546,94	-\$4.546,94
UTILIDAD	-\$447,00	-\$447,00	-\$447,00	\$753,03	\$753,03	\$753,03	\$753,03	\$753,03	\$753,03	\$1.953,06	\$1.953,06	\$1.953,06
SALDO ACUMULADO	-\$447,00	-\$894,00	-\$1.341,01	-\$587,98	\$165,05	\$918,08	\$1.671,11	\$2.424,13	\$3.177,16	\$5.130,22	\$7.083,28	\$9.036,34

8.10 ANEXO J PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 58.500,00	\$ 64.350,00	\$ 70.785,00	\$ 77.863,50	\$ 85.649,85
GASTOS FIJOS	-\$35.124,74	-\$43.374,51	-\$50.956,21	-\$50.956,21	-\$51.220,21
COSTOS VARIABLES	-\$15.298,92	-\$16.828,81	-\$18.511,69	-\$20.362,86	-\$22.399,15
PE (\$)	\$ 47.563,57	\$ 58.734,85	\$ 69.001,48	\$ 69.001,48	\$ 69.358,97

8.11 ANEXO K PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FIJOS	\$ 35.124,74	\$ 43.374,51	\$ 50.956,21	\$ 50.956,21	\$ 51.220,21
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	\$ 2,72	\$ 3,00	\$ 2,47	\$ 2,72	\$ 2,99
PRECIO UNITARIO	\$ 10,42	\$ 11,46	\$ 9,45	\$ 10,40	\$ 11,44
PE (UNIDADES)	4566	5126	7299	6636	6064

8.12 ANEXO L FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Manicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Pedicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Manicure permanente		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
Ingresos por Pedicure permanente		\$ 14.040,00	\$ 15.444,00	\$ 16.988,40	\$ 18.687,24	\$ 20.555,96
Uñas acrílicas		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
TOTAL INGRESOS		\$ 58.500,00	\$ 64.350,00	\$ 70.785,00	\$ 77.863,50	\$ 85.649,85
Costos por Manicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por Pedicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por manicure permanente		\$ -5.222,88	\$ -5.745,17	\$ -6.319,68	\$ -6.951,65	\$ -7.646,82
Costo por Pedicure permanente		\$ -3.917,16	\$ -4.308,88	\$ -4.739,76	\$ -5.213,74	\$ -5.735,11
Costo por Uñas Acrílicas		\$ -4.726,80	\$ -5.199,48	\$ -5.719,43	\$ -6.291,37	\$ -6.920,51
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ -15.298,92	\$ -16.828,81	\$ -18.511,69	\$ -20.362,86	\$ -22.399,15
Gastos por Salarios		\$ -32.340,00	\$ -41.808,25	\$ -44.382,25	\$ -47.213,65	\$ -50.328,19
Gastos por Servicios		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
Gastos por Alquiler		\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.640,00	\$ -2.640,00	\$ -2.904,00
Gasto por Publicidad		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS		\$ -37.140,00	\$ -46.608,25	\$ -49.422,25	\$ -52.253,65	\$ -55.632,19
Intereses		\$ -257,05	\$ -215,97	\$ -170,27	\$ -119,43	\$ -62,89
Depreciación		\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35
Utilidad Neta		\$ 5.335,68	\$ 228,63	\$ 2.212,45	\$ 4.659,21	\$ 7.087,27
Impuesto a la Renta (25%)		\$ -1.333,92	\$ -57,16	\$ -553,11	\$ -1.164,80	\$ -1.771,82
Utilidad después de Imp.		\$ 4.001,76	\$ 171,47	\$ 1.659,33	\$ 3.494,41	\$ 5.315,46
Depreciación		\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35
Valor de desecho						\$ 1.119,54
Inversión	\$ -6.048,98					
Capital de trabajo	\$ -1.581,01					
Préstamo	\$ 2.289,00					
Amortización		\$ -365,87	\$ -406,95	\$ -452,66	\$ -503,49	\$ -560,03
FLUJO DE CAJA	\$ -5.340,99	\$ 4.104,24	\$ 232,86	\$ 1.675,03	\$ 3.459,27	\$ 6.343,32
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ -5.340,99	\$ -1.236,75	\$ -1.003,89	\$ 671,14	\$ 4.130,40	\$ 10.473,72
VAN	\$ 3.848,33			TIR	44%	

PAY BACK	1,6	Años
-----------------	------------	------

8.13 ANEXO M FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA BAJO EL ESCENARIO DE COMISIÓN

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Manicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Pedicure sencillo		\$ 3.510,00	\$ 3.861,00	\$ 4.247,10	\$ 4.671,81	\$ 5.138,99
Ingresos por Manicure permanente		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
Ingresos por Pedicure permanente		\$ 14.040,00	\$ 15.444,00	\$ 16.988,40	\$ 18.687,24	\$ 20.555,96
Uñas acrílicas		\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
TOTAL INGRESOS		\$ 58.500,00	\$ 64.350,00	\$ 70.785,00	\$ 77.863,50	\$ 85.649,85
Costos por Manicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por Pedicure sencillo		\$ -716,04	\$ -787,64	\$ -866,41	\$ -953,05	\$ -1.048,35
Costos por manicure permanente		\$ -5.222,88	\$ -5.745,17	\$ -6.319,68	\$ -6.951,65	\$ -7.646,82
Costo por Pedicure permanente		\$ -3.917,16	\$ -4.308,88	\$ -4.739,76	\$ -5.213,74	\$ -5.735,11
Costo por Uñas Acrílicas		\$ -4.726,80	\$ -5.199,48	\$ -5.719,43	\$ -6.291,37	\$ -6.920,51
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ -15.298,92	\$ -16.828,81	\$ -18.511,69	\$ -20.362,86	\$ -22.399,15
Gastos por Salarios		\$ -32.340,00	\$ -41.808,25	\$ -44.382,25	\$ -47.213,65	\$ -50.328,19
Gastos por Servicios		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
Gastos por Alquiler		\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.640,00	\$ -2.640,00	\$ -2.904,00
Gasto por Publicidad		\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00	\$ -1.200,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS		\$ -37.140,00	\$ -46.608,25	\$ -49.422,25	\$ -52.253,65	\$ -55.632,19
Depreciación		\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35	\$ -468,35
Utilidad Neta		\$ 5.592,73	\$ 444,59	\$ 2.382,71	\$ 4.778,64	\$ 7.150,17
Impuesto a la Renta (25%)		\$ -1.398,18	\$ -111,15	\$ -595,68	\$ -1.194,66	\$ -1.787,54
Utilidad después de Imp.		\$ 4.194,55	\$ 333,44	\$ 1.787,03	\$ 3.583,98	\$ 5.362,62
Depreciación		\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35	\$ 468,35
Valor de desecho						\$ 1.119,54
Inversión	\$ -6.048,98					
Capital de trabajo	\$ -1.581,01					
FLUJO DE CAJA	\$ -7.629,99	\$ 4.662,90	\$ 801,79	\$ 2.255,38	\$ 4.052,33	\$ 6.950,52
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ -7.629,99	\$ -2.967,09	\$ -2.165,30	\$ 90,08	\$ 4.142,41	\$ 11.092,93
VAN	\$ 2.302,84			TIR	35%	

PAY BACK	2,0	Años
-----------------	-----	------