



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Estudio de factibilidad para la implementación de una estética y
peluquería en el cantón Tena provincia de Napo”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTORA:

Mayra Beatriz Villegas Moposita

TUTOR:

MBA. Karina Falconí

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primeramente a Dios, por darme la vida y estar conmigo en cada paso que doy, porque fortaleció mi corazón e iluminó mi mente, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca dignidad ni desfallecer en el intento.

Con todo el amor dedico esta tesis a mis padres Ángel Villegas y Elvita Moposita, ya que ellos fueron quienes me encaminaron a iniciar una carrera dándome su apoyo incondicional.

También otro pilar que me ayudo fue el Ing. Oswaldo Zabala, por brindarme su apoyo a lograr mis objetivos.

Mayra

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, a los docentes de la carrera de Administración, quienes con su profesionalismo académico impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento a la MBA.. Karina Falconí, Tutora del trabajo de titulación, quien supo guiar el presente trabajo con profesionalismo para culminar con éxito el mismo.

Mayra Villegas

AUTORIA

Yo, Mayra Beatriz Villegas Moposita autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Mayra Villegas

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2021

MBA.. Karina Falconí.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MBA.. Karina Falconí.

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MBA.. Karina Falconí** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Mayra Beatriz Villegas Moposita por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Srta. Mayra Beatriz Villegas Moposita realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la implementación de una estética y peluquería en el cantón Tena provincia de Napo”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MBA.. Karina Falconí**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MBA.. Karina Falconí** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Mayra Beatriz Villegas Moposita, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la implementación de una estética y peluquería en el cantón Tena provincia de Napo”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MBA.. Karina Falconí

Mayra Villegas.

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2021

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
1. RESUMEN	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	14
2.1 Creación de la empresa	14
2.2 Descripción de la empresa.....	14
2.1.1 Importancia.....	14
2.1.2 Actividad	15
2.3 Tamaño de la empresa.....	15
2.4 Necesidades que satisfacer.....	16
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	16
2.4.2 Necesidad de Seguridad.....	16
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación	16
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.....	17
2.4.5 Necesidad de Autorrealización	17
2.5 Localización de la empresa.....	17
2.6 Filosofía empresarial	18
2.6.1 Misión.....	18
2.6.2 Visión.....	18
2.6.3 Objetivos	19
2.6.4 Meta	19
2.6.5 Estrategias.....	19
2.6.6 Políticas	19
2.6.7 FODA.....	20
2.7 Desarrollo organizacional.....	21
2.7.1 Tipo de Estructura	21
2.7.2 Formalización.....	21
2.7.3 Centralización – Descentralización.....	22
2.7.4 Integración	22

2.8	Organigrama empresarial	22
2.9	Funciones del personal	23
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	25
3.1	Objetivo de mercadotecnia	25
3.2	Investigación de mercado	25
3.2.1	Modalidad	25
3.2.2	Análisis General	37
3.3	Entorno empresarial	37
3.3.1	Microentorno	37
3.3.2	Macroentorno	41
3.6.	Producto y servicio	43
3.6.1	Producto Esencial	43
3.6.2	Producto real	43
3.6.3	Características	44
3.6.4	Calidad	44
3.6.5	Estilo	45
3.7	Marca	45
3.7.1	Producto aumentado	45
3.8	Plan de introducción al mercado	45
3.8.1	Distintivos y Uniformes	45
3.8.2	Materiales de identificación	46
3.8.3	Canal de distribución y puntos de ventas	48
3.8.4	Riesgo y oportunidades del negocio	49
3.9	Fijación de Precios	50
3.9.1	Fijación de precios por receta estándar	50
3.10	Implementación del negocio	56
	• Arriendo del local	56
	• Maquinaria y equipo	56
	• Equipos de computación	56
	• Muebles y enseres	57
	• Servicios básicos	58
	Villegas, M. (2021). <i>Servicios básicos</i> . Tena.....	58
	• Materiales de limpieza	59
3.11	Estudio arquitectónico	59

Estructura interna del establecimiento	60
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	61
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	65
5.1 Objetivo de área.....	65
5.2 Impacto ambiental.....	65
5.3 Impacto social.....	66
6. PROCESO FINANCIERO	68
6.1. Introducción.....	68
6.2. Inversiones	68
6.4. Activos diferidos	69
6.5. Capital de trabajo	69
6.6 Materia Prima Directa	70
6.7. Sueldos.....	71
6.8. Depreciación activos fijos	72
6.9. Amortizaciones.....	72
6.10. Estructura capital	72
6.11. Tabla de amortización	73
6.12. Punto de equilibrio	74
6.13. Costo de ventas.....	76
6.14. Flujo de caja	76
6.15. Cálculo del TIR y el VAN	77
6.15.1. VAN (Valor Actual Neto).....	77
6.15.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	77
CAPÍTULO 7	86
7.1. Conclusiones	86
7.2. Recomendaciones	86
7.3. Bibliografía	87
7.4 Anexos	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Tabulación 1	30
Tabla N° 2 Tabulación 2	31
Tabla N° 3 Tabulación 3	32
Tabla N° 4 Tabulación 4	33
Tabla N° 5 Tabulación 5	34
Tabla N° 6 Tabulación 6	35
Tabla N° 7 Tabulación 7	36
Tabla N° 8 Tabulación 8	37
Tabla N° 9 Tabulación 9	38
Tabla N° 10 Tabulación 10	39
Tabla N° 11 Tabla de proveedores	41
Tabla N° 12 Tabla de plan de marketing	53
Tabla N° 13 Receta Estándar 1	54
Tabla N° 14 Receta Estándar 2	55
Tabla N° 15 Receta Estándar 3	56
Tabla N° 16 Receta Estándar de Producción 1	57
Tabla N° 17 Receta Estándar de Producción 2	59
Tabla N° 18 Receta Estándar de Producción 3	60
Tabla N° 19 Arriendo	61
Tabla N° 20 Equipos Industriales	62
Tabla N° 21 Vehículo	62
Tabla N° 22 Equipos de Computación	62
Tabla N° 23 Muebles y enseres	63
Tabla N° 24 Equipos Industriales de Seguridad	64
Tabla N° 25 Suministros de Oficina	65
Tabla N° 26 Servicios Básicos	65
Tabla N° 27 Materiales de Limpieza	66
Tabla N° 28 Inversiones	76
Tabla N° 29 Activos diferidos	77
Tabla N° 30 Capital de trabajo	78
Tabla N° 31 Detalles de inversión	78
Tabla N° 32 Sueldos	78

Tabla N° 33 Decimos	79
Tabla N° 34 Sueldos totales	79
Tabla N° 35 Depreciación activos fijos	79
Tabla N° 36 Amortizaciones	80
Tabla N° 37 Capital	80
Tabla N° 38 Amortización	81
Tabla N° 39 Datos punto de equilibrio	81
Tabla N° 40 Margen de contribución	82
Tabla N° 41 Punto de equilibrio	82
Tabla N° 42 Ventas / costos	82
Tabla N° 43 Costos de ventas	83
Tabla N° 44 Flujo de caja	84
Tabla N° 45 Cálculo del VAN/ TIR	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow	16
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa	18
Gráfico N°3 Organigrama de empresa	23
Gráfico N°4 Tabulación 1	30
Gráfico N°5 Tabulación 2	31
Gráfico N°6 Tabulación 3	32
Gráfico N°7 Tabulación 4	33
Gráfico N°8 Tabulación 5	34
Gráfico N°9 Tabulación 6	35
Gráfico N°10 Tabulación 7	36
Gráfico N°11 Tabulación 8	37
Gráfico N°12 Tabulación 9	38
Gráfico N°13 Tabulación 10	39
Gráfico N°14 Micro entorno de empresa	40
Gráfico N°15 Macro entorno de empresa	42
Gráfico N°16 Tarjeta de presentación	50

“Estudio de factibilidad para la implementación de una estética y peluquería en el cantón Tena provincia de Napo”

Mayra Villegas

MBA.. Karina Falconí

D.M. Quito 15 de septiembre de 2021

1. RESUMEN

1.1. Organización Empresarial

En este capítulo detallaremos el objetivo de nuestra empresa, además de la misión, visión y estrategias que nos ayudarán a posicionarnos en el mercado, para ello tomaremos en cuenta el análisis FODA para determinar las estrategias principales y saber aplicarlas y sobrellevarlas a corto o largo plazo.

El análisis situacional nos ayudará a determinar factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno, hay que mencionar que la situación del país está determinada mediante el análisis en los diferentes factores de influencia del micro y macroentorno.

1.2. Estudio de Mercado

La investigación de mercado nos determinara los posibles clientes y competidores existentes en el sector, se realizó un análisis de las encuestas para determinar posibles clientes, ubicación de la empresa y servicios preferidos.

1.3. Derecho Empresarial

En este capítulo mostraremos los permisos necesarios para el respectivo y correcto funcionamiento del establecimiento, también mencionaremos los aspectos laborales tanto del empleador como de los empleados, para un mejor rendimiento laboral y con esto a futuro no tener los problemas legales que representan el incumplimiento de los mismos.

1.4. Impacto Ambiental

Establecer buenos hábitos para reducir la contaminación al medio ambiente y para ello hemos implementado buenas prácticas de manejo con respecto a los desechos sólidos y líquidos y su tratamiento. Así aportando con un granito de arena a la reducción en el impacto ambiental.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA, emerge de hacer un sueño realidad y a la vez brindar servicios de calidad en el cuidado de su piel, cabello y uñas. En la actualidad hombres y mujeres buscan cuidar su imagen personal y estar a la moda. MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es creado con un ambiente de relajación en donde pueda sentirse en confianza.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia.

El cuidado de la piel, cabello, uñas ya no es considerado como vanidad, sino como un factor crucial para encajar en la sociedad, lograr tener tiempo y paz para dedicarse a los requerimientos de belleza es todo un reto debido a la intensidad del horario laboral.

Además de ello, es importante subir su autoestima, aspecto físico y emocional.

Características.

Responsabilidad social: MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA debido a la situación que está atravesando el mundo es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para mantener un ambiente limpio y seguro y amplio adecuado para el

bienestar de todos Investigación e innovación: MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA viene trabajando en estar a la vanguardia de todo lo que está en tendencia manera constante mejorar los servicios.

Responsabilidad ambiental: MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que cuenta con basureros de reciclaje, manejo correcto de utensilios, productos orgánicos e incentiva las tres R que son rehúsa, recicla y reduce y cuenta con una compañía de recolección de objetos corto punzantes.

2.1.2 Actividad

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es un establecimiento de servicio, que ofrece spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales.

2.3 Tamaño de la empresa

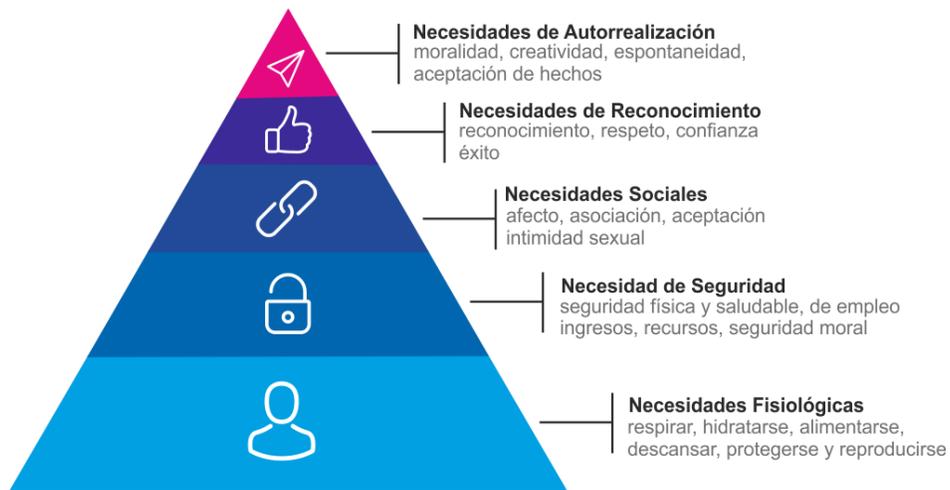
MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es una microempresa que contará con 2 áreas básicas: área administrativa y área de servicio.

La microempresa contará con:

- Gerente.
- Ayudante auxiliar.

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



<https://robertoepinosa.es/2019/06/09/piramide-de-maslow>

2.4.1 Necesidad Fisiológica

Al ser una microempresa de spa, la necesidad fisiológica de descansar está directamente satisfecha.

2.4.2 Necesidad de Seguridad

La seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, además de contar con servicio de guardianía y parqueadero para los vehículos y cámaras de seguridad.

La seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación

La necesidad social es interna, propiciar un buen ambiente de trabajo es una de las características de la empresa, en el que las personas responsables demostraran a nuestros clientes de lo que son capaces, se sentirán que son fundamentales para la empresa por lo que serán incentivados mediante, bonos, porcentajes, capacitaciones.

La necesidad externa se trata de la relación empresa-clientes. Buscamos mantener ese equilibrio entre clientes y trabajadores de confianza, honestidad, comprensión y solidaridad con sus clientes y proveedores.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Durante el transcurso de la historia el cuidado de la piel, cabello y uñas ha ido innovando y dejando de ser tradicional a ser más orgánicos, trabajaremos productos de primera calidad a precios accesibles, buscaremos tener éxito y con esto poder satisfacer esta necesidad.

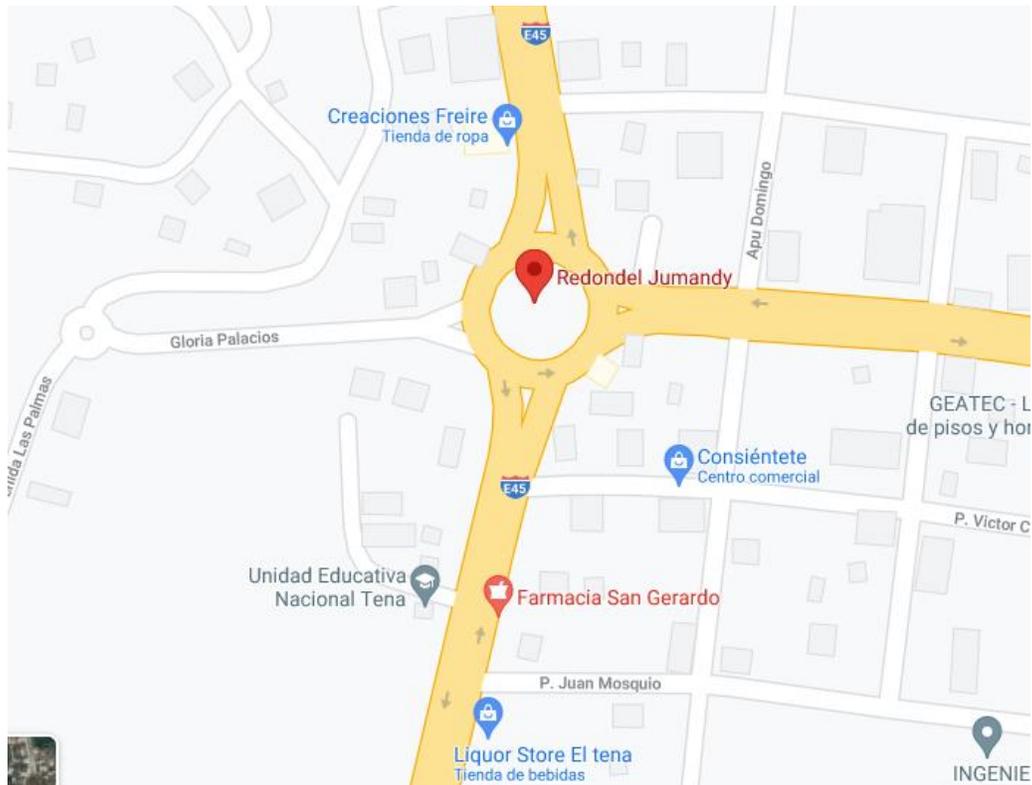
2.4.5 Necesidad de Autorrealización

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA llegará a ser una empresa reconocida no solo por su calidad e innovación, sino por su compromiso con sus clientes y trabajadores.

2.5 Localización de la empresa

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA estará ubicado en la ciudad de Tena, provincia de Napo, Ecuador, cerca al Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena.

Ilustración 2. Ubicación.



<https://www.google.com.e/maps/place/Redondel+Jumandy/@-0.9837445,-77.813397,17.86z/data=!4m5!3m4!1s0x91d6a4474ac0cc9b:0xce280d27aecdb345!8m2!3d-0.9833595!4d-77.812522?hl=es>

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA que los clientes siempre estén satisfechos de sus servicios tanto en cabello, piel y uñas.

2.6.2 Visión

Establecerse como un referente de la cadena de cosmetología haciendo énfasis en la relación de MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA con el ámbito del cuidado de la piel creando sucursales de las mismas en otros lugares de la región.

2.6.3 Objetivos

- * Investigar nuevos productos naturales para el cuidado y embellecimiento de la piel.
- * Innovar la empresa usando nuevos productos de carácter natural.
- * Capacitar semestralmente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.

2.6.4 Meta

Tener un local de estética que satisfaga las necesidades de los clientes que visitan el lugar, que tenga una liquidez en el plano de un año a partir de la apertura y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad cubriendo con las obligaciones de personal, tributarias, legales, y utilidades.

2.6.5 Estrategias

- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes
- Mantener un área de cafetería para el servicio del cliente, tarjetas preferenciales para clientes recurrentes, internet, tv.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores

- * Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas.
- * Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal.

La empresa

- * Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- * Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- * Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- * Productos innovadores y con altos estándares de calidad.
- * Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- * Equipos de alta calidad que facilita el trabajo del personal.

Oportunidades

- * Poca competencia a trabajar con productos orgánicos
- * La ubicación del lugar donde funcionara la empresa.
- * La calidad y calidez de atención al cliente.

Debilidades

- * El espacio físico limitado.
- * Limitado capital al iniciar el negocio.
- * No capacitarse en el área continuamente.

Amenazas

- * Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- * Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- * Alza de precios en mobiliario, productos y equipos.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura

Diferenciación

En MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Administrador

Nivel Operativo.

- Auxiliar
- Cajera Recepcionista

2.7.2 Formalización

La empresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA centrará sus actividades en las áreas de servicio al cliente de estas depende la satisfacción de los clientes el valor para el posicionamiento de la empresa.

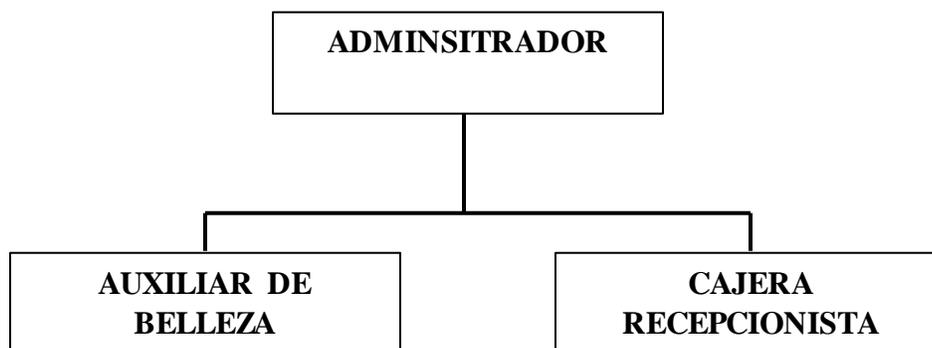
La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas en un libro contable identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial



Villegas, J. (2021). *Organigrama empresarial*. Tena

2.9 Funciones del personal

Tabla 1. Funciones del Administrador

Empresa	MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Denominación del puesto	Administrador
Misión del puesto	Supervisar las funciones de los empleados para un eficiente manejo del área, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de productos cosméticos y en general
Rol del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Administración y supervisión de los servicios • Representar legalmente a la empresa • Liderar su equipo de trabajo • Evaluar el desempeño • Sustentar el salario de los empleados • Planificar y dirigir las actividades de la empresa • Organizar las actividades de la empresa • Coordinar con los subalternos
Remuneración	\$720,00

Villegas, M. (2021). Funciones del Administrador. *Tena*.

Tabla 2. Funciones de Ayudante de Belleza

Empresa	MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA
Unidad administrativa	Área de servicio.
Denominación del puesto	Auxiliar de belleza
Misión del puesto	Responsable por maquillar, peinar, cortar el cabello, depilaciones a las clientas utilizando materiales de buena calidad en base al requerimiento de las clientas, además será responsable de brindar asesoramiento de imagen

Rol del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Maquillar, peinar, cortar el cabello, depilaciones a las clientas en base a su requerimiento • Velar por la satisfacción de las clientas, asegurando cumplir con sus expectativas • Atender a las clientas en el horario acordado • Mantener las herramientas de trabajo en absoluta higiene
Remuneración	\$400,00

Villegas, M. (2021). Funciones de Ayudante de Belleza. Tena.

Tabla 3. Funciones de Cajera Receptionista

Empresa	MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA
Unidad administrativa	Área de servicio.
Denominación del puesto	Cajera Receptionista
Misión del puesto	Responsable por la recepción de los clientes y cobro de los servicios que ofrece la empresa
Rol del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro de facturas • Recepción de citas mediante llamadas o vía correo • Atender a las clientas • Mantener las instalaciones en buen estado
Remuneración	\$400,00

Villegas, M. (2021). Funciones de Cajera Receptionista. Tena.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca de la estética y peluquería en la mente del usuario final en la rama de la belleza, ofreciendo tratamientos de alta calidad con ayuda de equipos con tecnología de punta y un equipo humano dispuesto a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, llevándola a ser una empresa innovadora y altamente eficiente.

3.2 Investigación de mercado

Se consideró la investigación aplicada; documental y de campo en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el estudio de la belleza estética en la ciudad del Tena parte norte cerca del redondel Jumndi. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias como revistas, libros, catálogos, etc.; y, secundarias que son las interpretaciones de las fuentes primarias, recolectando información sobre la belleza estética.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta, la misma que permitió realizar el estudio de campo en la recolección de toda la información para la puesta en marcha de la empresa. Finalmente, se llevó a cabo una investigación de campo en donde se realizaron los tratamientos de belleza a fin de conocer los gustos y preferencias de los clientes del sector.

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial, en un fin de semana se encuestó a 378 personas de forma aleatoria que viven cerca de la Unidad Educativa Nacional Tena, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.2.2. Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó a la población económicamente activa de la ciudad del TENA que para el año 2020 es de 23.307 según datos proporcionados por INEC (2020), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades entre 18 a 50 años, las cuales se las segmentó por sectores. Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que por lo general tienen una actividad económica. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

$$95\% = 0,95 \quad \alpha = 1 - 0,95 = 0,05$$

$$1 - \alpha/2 = 1 - 0,05/2 = 0,975$$

0,975 en la tabla estadística representa el 1,96

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{23.307(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (23.307 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{22.384,043}{59,2254}$$

$$n = 378$$

3.3. Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

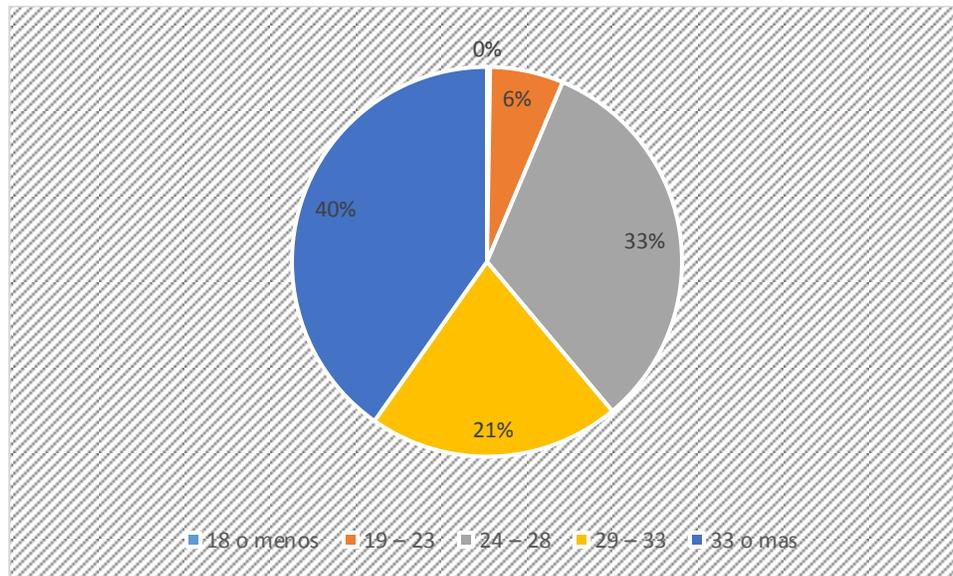
(Ver anexos 1 – 5)

Tabla 2. *Pregunta 1*

¿A qué categoría de edad pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
18 o menos	1	0
19 – 23	23	6
24 – 28	123	33
29 – 33	79	21
34 o mas	152	40
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿A qué categoría de edad pertenece. Tena.*

Ilustración 4. *Pregunta 1, gráfico circular.*



Villegas, M. (2021). *Pregunta 1, gráfico circular. Tena*

Análisis: Del 100% de encuestados el 40% se encuentran en el rango de edad de 34 años o más, el 33% de 24 a 28 años, el 21% entre 29 a 33 años y el 6% en el rango de 19 a 23 años, esto ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro target va dirigido.

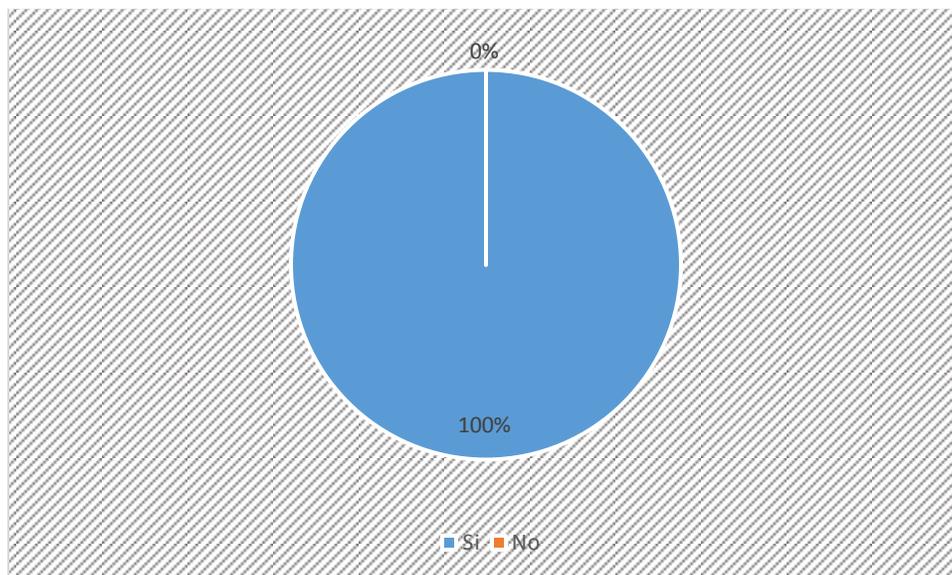
Pregunta 2.

Tabla 3. Pregunta 2.

¿Usted hace uso de los servicios de estética y peluquería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	378	100
No	0	0
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). ¿Usted hace uso de los servicios de estética y peluquería?. Tena

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.



Villegas, M. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Tena

Análisis: De los 378 encuestados, el 100% manifestaron que si hacen uso de los servicios de estética y peluquería, esto es de gran aporte para la empresa, ya que siendo una estética y peluquería quiere decir que en su mayoría utilizarían los servicios de la nueva empresa.

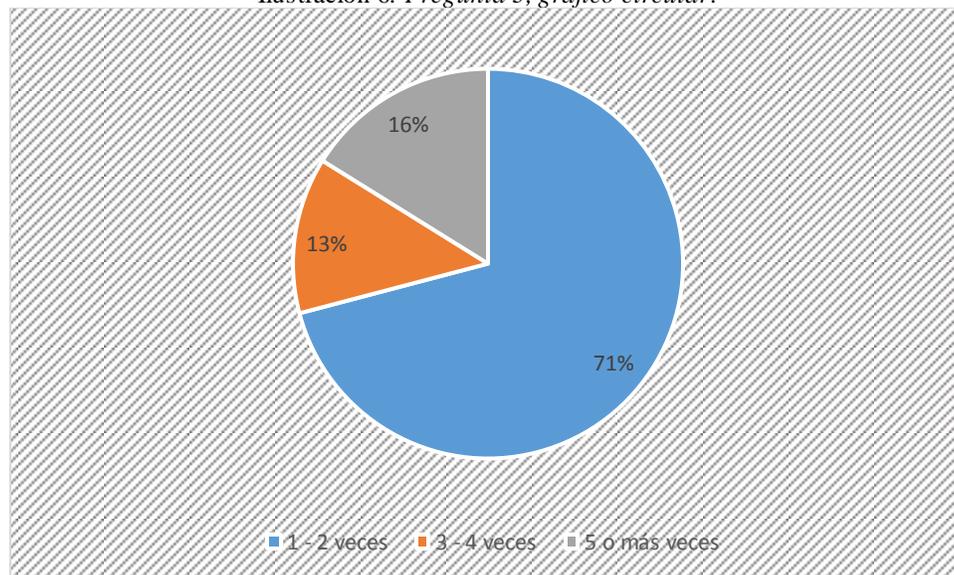
Pregunta 3.

Tabla 4. Pregunta 3

¿Con que frecuencia utiliza los servicios de un centro de estética y peluquería mensualmente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 - 2 veces	268	71
3 - 4 veces	49	13
5 o más veces	61	16
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de un centro de estética y peluquería mensualmente?. Tena

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.



Villegas, J. (2021). Pregunta 3, gráfico circular. Tena

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 71% respondió que utilizan los servicios de 1 – 2 veces mensualmente, el 16% de 5 veces más y el 13% de 3 a 4 veces, esto ayuda a MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA a atraer clientes potenciales cada mes.

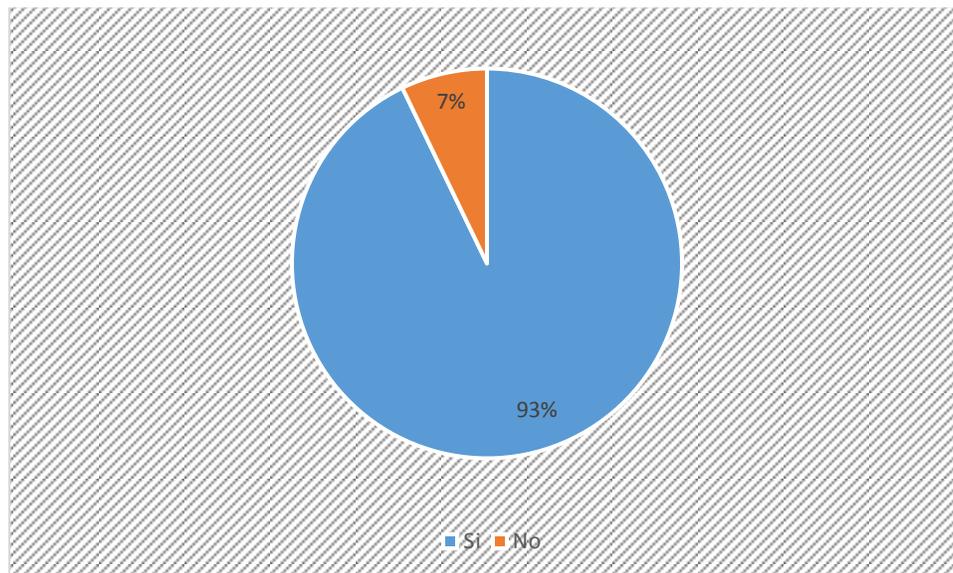
Pregunta 4.

Tabla 5. Pregunta 4

¿Los miembros de su familia también utilizan los servicios de un centro estética y peluquería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	351	93
No	27	7
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿Los miembros de su familia también utilizan los servicios de un centro estética y peluquería?. Tena*

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



Villegas, M. (2021). *Pregunta 4, gráfico circular. Tena*

Análisis: Del 100% de encuestados, el 93% respondió que sus familias también utilizan los servicios de un centro estético y peluquería, y el 7% que no, estos resultados permitirían determinar que la mayoría podrían ser futuros clientes para el negocio.

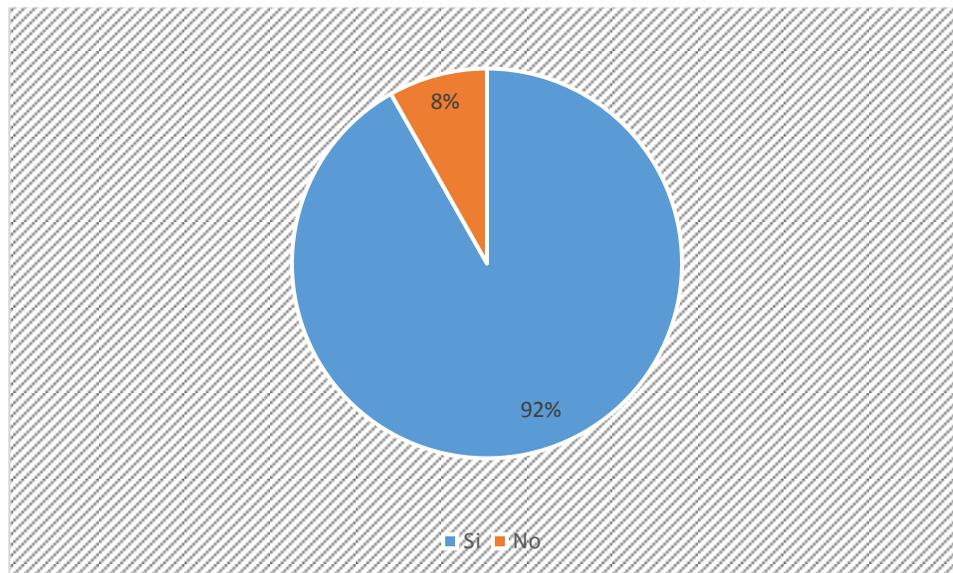
Pregunta 5.

Tabla 6. *Pregunta 5*

¿Alguna vez su hábito de utilización de un centro estética y peluquería ha sido influenciado por las promociones de estos en las redes sociales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	347	92
No	31	8
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿Alguna vez su hábito de utilización de un centro estética y peluquería ha sido influenciado por las promociones de estos en las redes sociales?. Tena*

Ilustración 8. *Pregunta 5, gráfico circular.*



Villegas, M. (2021). *Pregunta 5, gráfico circular.* Tena

Análisis: Del 100%, el 92% respondió positivamente hacia una influencia de las redes sociales en su elección de un centro de estética y peluquería, mientras que únicamente el 8% considera que no; esto ayuda a concluir que es de suma importancia la publicidad digital para atraer potenciales clientes.

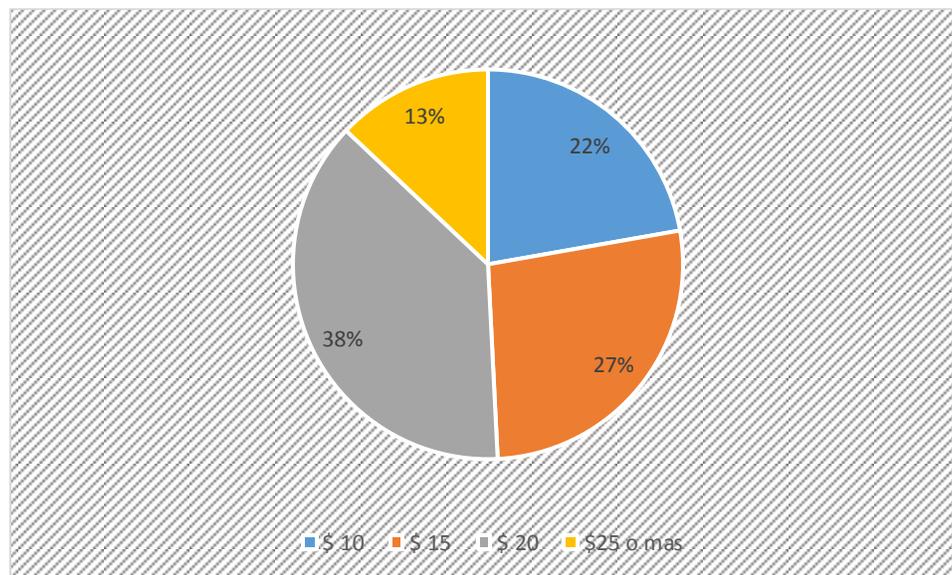
Pregunta 6.

Tabla 7. Pregunta 6

¿Cuánto dinero gasta en un centro de estética y peluquería por mes?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$ 10	84	22
\$ 15	102	27
\$ 20	143	38
\$25 o mas	49	13
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). ¿Cuánto dinero gasta en un centro de estética y peluquería por mes?. Tena

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



Villegas, M. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Tena

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 38% gastan un promedio de \$ 20,00 dólares por mes, el 27% gasta \$15,00 dólares, el \$ 22% un promedio de \$10,00 dólares y el 13% gasta más de \$25,00 dólares en un centro de estética y peluquería, pero cabe recalcar que los precios en los que se basó la encuesta no son tan elevados.

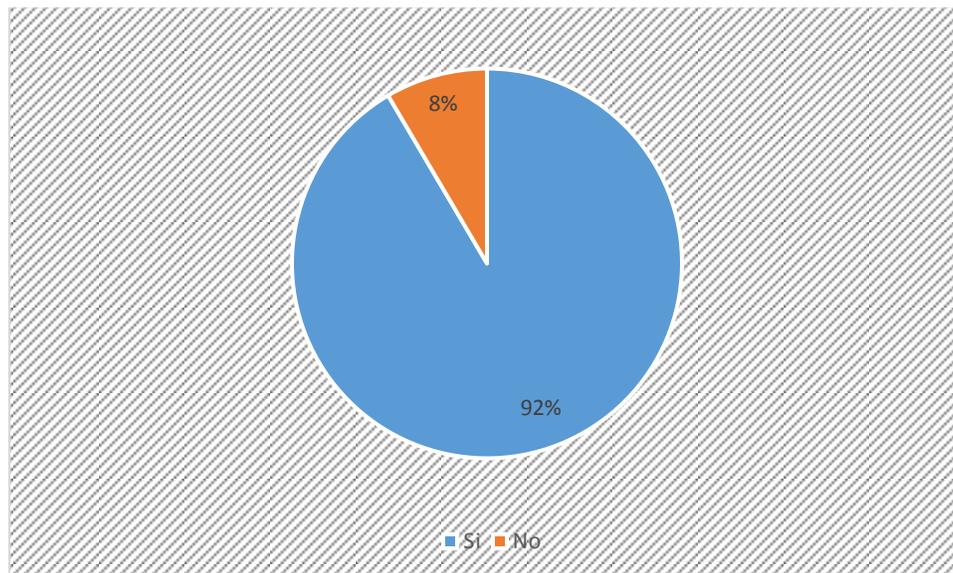
Pregunta 7.

Tabla 8. *Pregunta 7*

¿Cambiarías tu centro de estética y peluquería preferido por otro que brinde excelentes promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	346	92
No	32	8
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿Cambiarías tu centro de estética y peluquería preferido por otro que brinde excelentes promociones?. Tena*

Ilustración 10. *Pregunta 7, gráfico circular.*



Villegas, M. (2021). *Pregunta 7, gráfico circular.* Tena

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 92% estaría dispuesto a cambiar su centro estético por otro que brinde unas mejores promociones, el 8% no, por ello es importante que la estética brinde promociones llamativas y que satisfagan a los clientes.

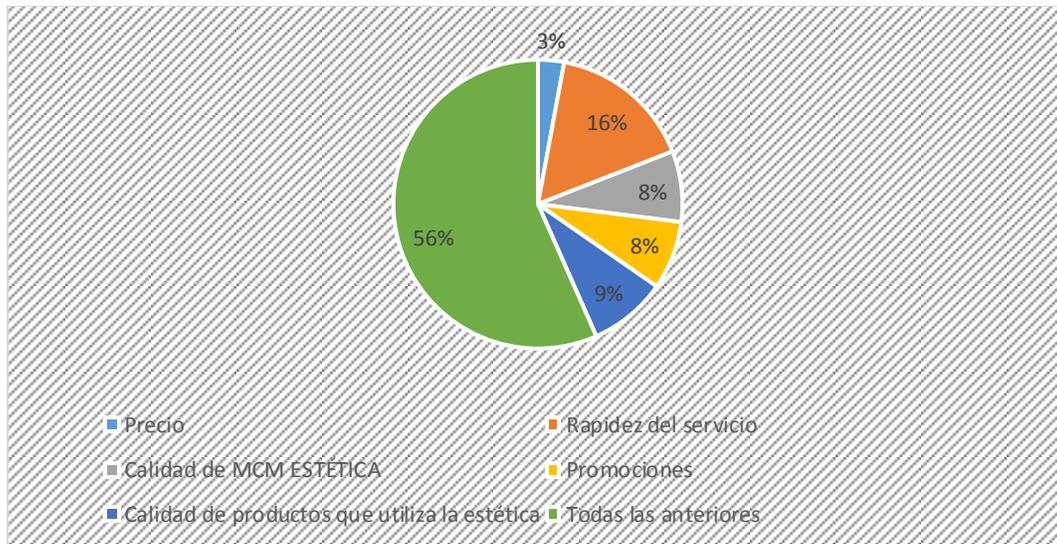
Pregunta 8.

Tabla 9. *Pregunta 8*

¿Qué es lo que más valora al ir a centro de estética y peluquería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Precio	11	3
Rapidez del servicio	61	16
Calidad de MCM ESTÉTICA	30	8
Promociones	29	8
Calidad de productos que utiliza la estética	33	9
Todas las anteriores	214	57
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿Qué es lo que más valora al ir a centro de estética y peluquería?*. Tena

Ilustración 11. *Pregunta 8, gráfico circular.*



Villegas, M. (2021). *Pregunta 8, gráfico circular.* Tena

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 57% prefieren un establecimiento donde se combine todo desde precios accesibles hasta una buena calidad de MC ESTÉTICA & PELUQUERIA, el 16% la rapidez del servicio, el 9% la calidad de productos que se utiliza para realizar la estética y el 8% entre promociones y calidad del servicio, esto indica que la nueva empresa debe trabajar en un bienestar general para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

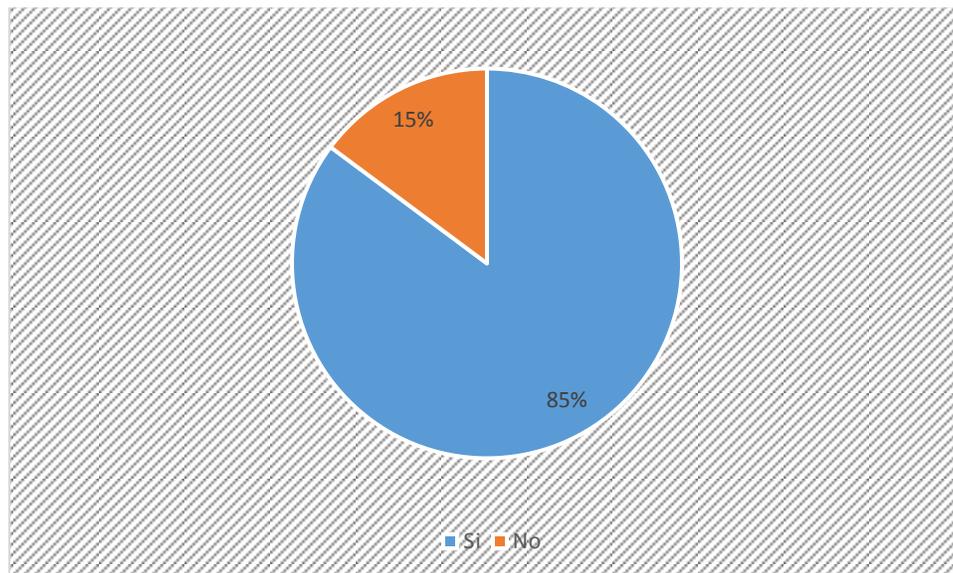
Pregunta 9.

Tabla 10. Pregunta 9

¿Le gustaría a usted que exista un centro de estética y peluquería en el sector norte de la ciudad del TENA?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	322	85
No	56	15
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). ¿Le gustaría a usted que exista un centro de estética y peluquería en el sector norte de la ciudad del TENA?. Tena

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.



Villegas, M. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Tena

Análisis: Del 100% de los encuestados el 85% de ellos estarían de acuerdo con la existencia de un centro de estética y peluquería en el sector norte de la ciudad del TENA, esto da luz verde para que MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA se establezca como restaurante dentro de esta liga barrial.

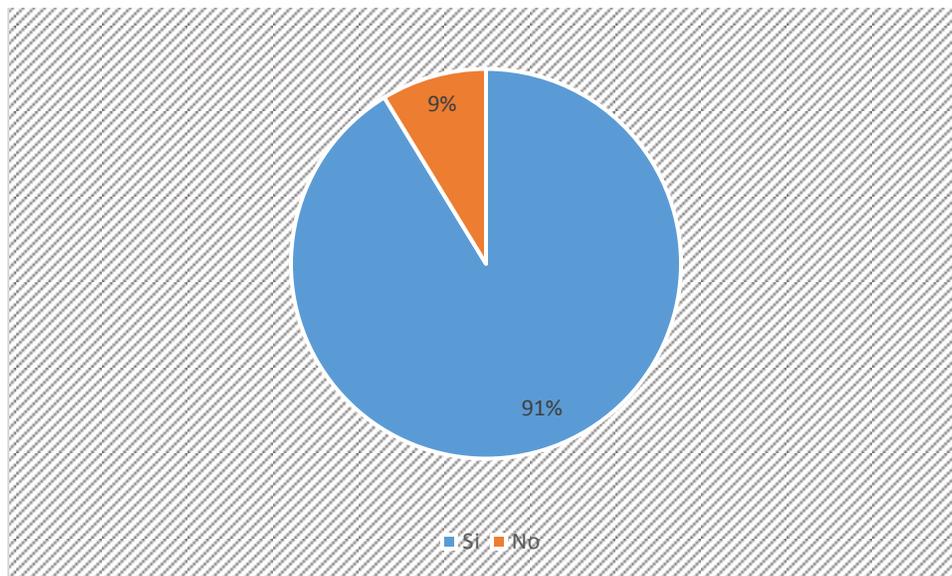
Pregunta 10.

Tabla 11. *Pregunta 10*

¿Visitaría un centro de estética & peluquería que se encuentre cerca al Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena, que ofrezca spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	345	91
No	33	9
TOTAL	378	100

Villegas, M. (2021). *¿Visitaría un centro de estética & peluquería que se encuentre cerca al Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena, que ofrezca spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales? . Tena*

Ilustración 13. *Pregunta 10, gráfico circular.*



Villegas, M. (2021). *Pregunta 10, gráfico circular. Tena*

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 91% de ellos estaría dispuestos a visitar un centro de estética y peluquería donde se brinde un servicio de calidad, buena atención y sobre todo que los productos que utilizan para dar el servicio sean de buena calidad.

3.2.2 Análisis General

En primera instancia se concluye que los servicios que presta la estética y peluquería están dirigidos a personas mayores a 24 años de edad los cuales visitan regularmente los centros estéticos y peluquerías del sector, este segmento de personas son las que regularmente asisten a una estética y peluquería con mayor frecuencia de 1 a 2 veces por mes, gastando un promedio mayor a \$20,00 dólares por sesión.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que el 100% de ellos utilizan los servicios de una estética, el 92% consideran que las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto para jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de comida rápida.

Se puede observar que las personas encuestadas el 38% gastan un valor considerable de dinero en el servicio de estética y peluquería, así como también recalcan el 92% la importancia de las promociones que ofrezcan estos establecimientos que ayuden al ahorro y beneficio del cliente. Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, rapidez en el mismo, calidad de los servicios que ofrezca la estética peluquería, así como la calidad de los productos que utiliza para dar el servicio.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado objetivo.

3.3 Entorno empresarial

3.3.1 Microentorno

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14. Esquema microentorno MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA.



Villegas, M. (2021). *Esquema microentorno MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA*. Tena.

Ilustración 15. Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) *Ubicación*. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Redondel+Jumandy/@-0.9837445,-77.813397,17.86z/data=!4m5!3m4!1s0x91d6a4474ac0cc9b:0xce280d27aecdb345!8m2!3d-0.9833595!4d-77.812522?hl=es>

- **Competencia directa**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a localizar MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar

la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los servicios que se ofrecían.

En la Avenida Pano y Calle Tena existe una estética y peluquería llamada “ROXE” en el cual se pudo observar que ofrecen servicios de limpieza facial, mascarillas, peeling, peluquería, etc.

Cerca de la anteriormente citada se encuentra Joko’s Tena que ofrece los servicios de estética y peluquería tanto para hombres como para mujeres.

- **Competencia indirecta**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor del Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena donde va a funcionar MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA.

- Fuzzion peluquería en donde realizan únicamente cortes de cabello tanto para hombres como para mujeres.
- Sofia Beauty esta encambio realizan cortes de cabello y peinados para mujeres.

- **Sustitutos**

Se consideran sustitutos a aquellas empresas dedicadas a la venta de productos para la limpieza y mejoramiento de la belleza corporal y que además ofrecen el servicio de estética para que puedan probar sus productos, entre las que se encuentran cerca del lugar donde va a funcionar el negocio y se cuenta con HERVALIFE y NAUTURALGARDEN.

- **Proveedores**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que va trabajar la estética y peluquería, son contaría con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 12. *Proveedores.*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Bruno Vassari	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento. 	Cremas faciales, perfumes, tijeras, fijadores, ligas, esmaltes.
Germain D Capuchini	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Fijadores, escarchas, brillos, exfoliante, etc.
Bazar DIAMON	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Cremas faciales, perfumes, tijeras, fijadores, ligas, esmaltes, gel, donas para peinados, etc.

Villegas, M. (2021). *Proveedores.* Tena

- **Intermediarios**

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA ofrecerá sus servicios y productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

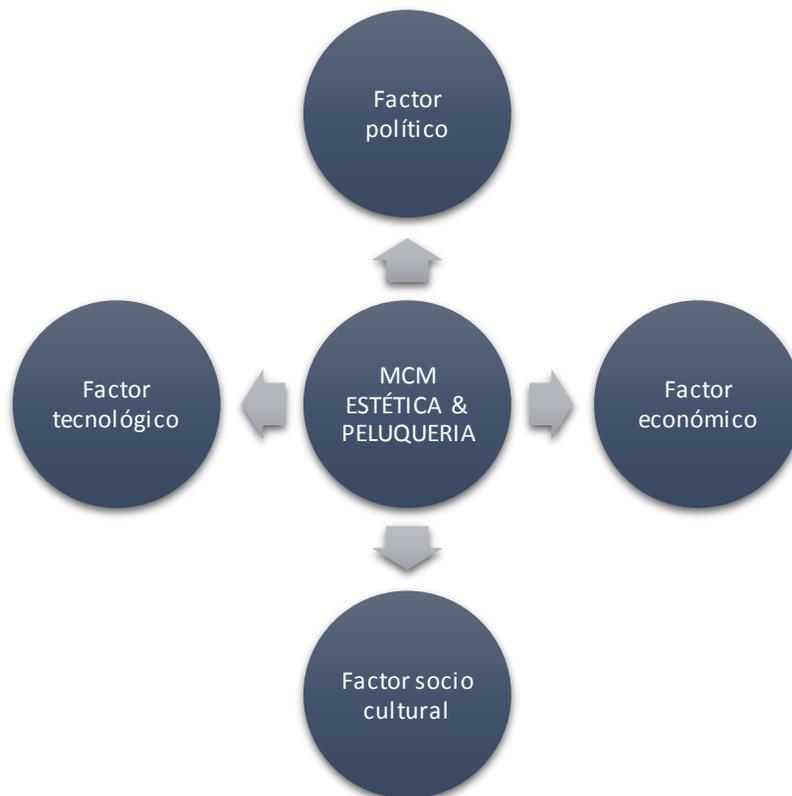
- **Clientes**

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es una empresa dirigida a la población económicamente activa, que es por lo general la población que acude a este tipo de establecimientos.

3.3.2 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 16. Esquema macroentorno MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA.



Villegas, M. (2021). *Esquema macroentorno MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA*. Tena.

- **Factor Político**

En la actualidad el Ecuador realizó reformas arancelarias en varios productos, entre ellos los productos de belleza por las que se debe pagar un alto impuesto por su

importación, de esta manera afecta a las empresas que se dedican a la comercialización de productos de belleza como a las empresas que ofrecen servicios de belleza y cosmetología.

- **Factor Económico**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la resiente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tiene al país en estado de emergencia sanitaria y comercial, en los cuales el sector comercial es uno de los más afectados, ya que al estar prohibidas las reuniones sociales las personas no salen a realizar actividades comerciales y de negocios, por otro lado, al estar restringidas las reuniones las personas no acuden con frecuencia a los centros de belleza o peluquerías lo que ha ocasionado que muchos de estos centros hayan cerrado sus puertas.

Es por eso que MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador que según el BCE a junio del 2021 es del 0,68%, así como de la variación en los precios de la materia prima para ofertar sus servicios.

- **Factor Sociocultural**

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA ofrece servicios con personal ecuatoriano, personal capacitado para ofrecer servicios que estén a la moda tanto local como internacional, para con esto resaltar la cultura ecuatoriana e internacional.

La tradición que tienen familias y amigos cuando realizan actividades sociales y culturales, es una oportunidad para MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA en ofrecer sus servicios tanto a hombres como mujeres de la localidad.

- **Factor Tecnológico**

“El constante cambio tecnológico característico de la actualidad, convierte en primordial a la actuación constante y permanente de los recursos con los que cuenta la empresa, con el fin de obtener y manejar la información necesaria e imprescindible para aprovechar las oportunidades, y por ende poder competir en el sistema libre de mercado ecuatoriano” CEPAL, (2020).

Cabe señalar que el sector empresarial sigue pensando que la innovación se constituye en un gasto y no en una inversión necesaria, siendo esta indispensable a fin de no quedar relegados por parte de empresas que si se innovan, a fin de poder ser competitivos en el mercado actual.

El factor tecnológico para MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es una oportunidad ya que al contar con tecnología como las redes sociales, en las cuales la empresa realizará publicidad en el Instagram, WhatsApp y Twitter a los clientes estos van a acudir por poseer nuevos estándares de calidad.

3.6. Producto y servicio

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA ofrece los servicios de spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales, todos estos servicios los ofrece con estándares de calidad enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes con garantía, seguridad y calidad.

3.6.1 Producto Esencial

Hoy en día los clientes de estéticas y peluquerías no buscan solamente satisfacer la necesidad de verse bien, sino que buscan un lugar de un ambiente agradable, de buena presencia, donde pueda distraerse, conversar, acogedor, que le garantice distracción y calidad de servicio.

3.6.2 Producto real

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA maneja una gran variedad de servicios de estética y peluquería entre los que se pueden encontrar:

- Tratamiento capilares, son tratamientos contra la caída del cabello que favorece la regeneración capilar. Combina tecnología láser de última generación con un producto con propiedades regeneradoras y estimuladoras de factores de crecimiento que es aplicado mediante un microneedling.
- Maquillajes, se lo realiza arreglar los rasgos faciales de una persona, se compone de diversos elementos que cumplen específicas funciones y que son aplicados en partes determinadas del rostro a fin de resaltar, colorear, decorar u ocultar ciertos rasgos.
- Colorimetría, mide el color de acuerdo a valores numéricos específicos. De esta forma, la colorimetría va a determinar, en el caso del teñido del cabello, el tinte, saturación e intensidad de cada color a través de una escala medible.
- Manicura, tratamiento de belleza cosmético para las uñas y manos, donde cortan o liman los bordes de las uñas, se realizan masajes a las manos y se aplica esmalte de uñas.
- Pedicura, tratamiento de belleza cosmético para las uñas y pies, donde cortan o liman los bordes de las uñas, se realizan masajes a los pies.
- Peluquería, donde se realizará el corte de cabello, corte de barba, delineación de barba, alisado de cabello.

3.6.3 Características

Para la prestación de cada uno de los servicios que ofrece la estética y peluquería, hay un compromiso de trabajo, calidad y servicio por parte de cada uno de los trabajadores de la empresa. En la estética y peluquería se trabaja bajo estándares de calidad, con materiales de buena calidad que garanticen durabilidad para los clientes, se tiene catálogos actualizados para que el cliente pueda escoger modelos y diseños.

3.6.4 Calidad

Para la prestación de los servicios se utilizará materiales de marcas conocidas como Bruno Vassari, Chanel, Lacôme, L'oreal, Mac, Revlon, Dior, etc., que de una u otra manera garantizan la calidad de los servicios que presta la empresa MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA.

3.6.5 Estilo

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA maneja un estilo único, tratando de fusionar estilos ecuatorianos con estilos internacionales, el local tendrá un estilo único con fotografías de actores de la época lo que determine que los clientes puedan pedir modelos actuales y tratamientos con maquinaria que en la ciudad no existe como el tratamiento capilar mediante laser microneedling.

3.7 Marca

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso la estética y la peluquería, la primera que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza y la segunda peluquería que hace referencia a la técnica de peinar, cortar, arreglar y cuidar el cabello.

3.7.1 Producto aumentado

Lo que diferencia a MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan estilos y formas diferentes de estética y peluquería solo lo encontrarán en MCM.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área de Estética

El administrador y el estilista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Administrador y Estilista**

- * Mandil de color blanco con logo de la empresa.
- * Vivos negros alrededor del mandil.
- * Gorro blanco con logo de la empresa.
- * Guantes.
- * Medias negras largas

Ilustración 17. Diseño uniforme administrador y estilista



Villegas, M. (2021). Diseño uniforme

3.8.2 Materiales de identificación

Imagotipo

Ilustración 1818. Imagotipo MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA.



Villegas, M. (2021). Imagotipo MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA. Tena

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 19. Anverso tarjeta de presentación



Villegas, M. (2021). *Anverso tarjeta de presentación*. Tena.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 190. Reverso tarjeta de presentación



Villegas, M. (2021). *Reverso tarjeta de presentación*. Tena.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución que utiliza MCM ESTÉTICA & PELUQUERÍA es su establecimiento ubicado en la ciudad del Tena, Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena.

- **Promoción**

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercados, entre otros.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

- **Correspondencia**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación**

- * Directa en el establecimiento con cita previa.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento**

Tabla 13. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$8.20
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$15.00
TOTAL		\$23.20
TOTAL ANUAL		\$278.40

Villegas, M. (2021). Financiamiento publicidad. Tena

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA, sino también todo establecimiento de este tipo, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobretodo en el proceso de aforo, limpieza del establecimiento, desinfección y más protocolos de bioseguridad que garanticen un servicio de calidad.

La oportunidad más grande que tiene MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es la de posicionarse en un mercado ahora con el proceso de vacunación se tiene la oportunidad de volver de a poco a la normalidad y con ello la empresa ofrecer servicios de calidad a fin de ganar clientela.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar

Los precios en los servicios presentados a continuación han sido calculados para cada servicio por individual. Se toma en cuenta el costo de los productos usados para cada servicio, y la referencia es el costo por servicio. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento del servicio, por ejemplo:

- Mano de obra
- Gastos de materiales utilizados
- Gastos administrativos
- Utilidad
- Costo de servicio

En los servicios a ofertar se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final de cada servicio.

A continuación, se presentan los costos de los 3 servicios más utilizados:

- Tratamiento capilar.
- Maquillaje.
- Colorimetría.
- Manicura
- Peluquería

- **Tratamiento capilar**

Tabla 14. Tratamiento capilar, servicio laser rico en plaquetas.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Tratamiento capilar.		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/08/2021		Estilista: Ruth Serrano	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Plasma	Gr.	\$1,4	10	\$14,00
Jeringas	u	\$0.20	2	\$0.40
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$14,40
			10% imprevistos	\$1,40
			Total neto	\$15,84
			Gasto del serv. 15%	\$2,376
			Factor costo 33,33%	\$5,279
			M.O. 45%	\$7,128
			G. Admin 12%	\$1,901
			45% utilidad	\$7,128
			Subtotal	\$39,65
			12% IVA	\$4,76
			10% servicio	\$3,965
Total	\$48,38			

Villegas, M. (2021). *Tratamiento capilar, servicio laser rico en plaquetas*. Tena

- **Maquillaje**

Tabla 15. Maquillaje, servicio de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Maquillaje.	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/08/2021	Estilista: Ruth Serrano		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Base	unidad	\$0,31	1	\$ 0,31
Polvo facial	unidad	\$0,57	1	\$ 0,57
Sombre de ojos	unidad	\$0,30	1	\$ 0,30
Lápiz de ojos	unidad	\$0,25	1	\$ 0,25
Máscara de pestañas	unidad	\$0,41	1	\$ 0,41
Barra de labios	unidad	\$0,80	1	\$ 0,80
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$ 2,64
			10% imprevistos	\$ 0,26
			Total neto	\$ 2,90
			Gasto de fab. 15%	\$ 0,44
			Factor costo 33,33%	\$ 0,97
			M.O. 45%	\$ 1,31
			G. Admin 12%	\$ 0,35
			45% utilidad	\$ 1,31
			Subtotal	\$ 7,27
			12% IVA	\$ 0,87
			10% servicio	\$ 0,73
Total	\$ 8,87			

Villegas, M. (2021). *Maquillaje, servicio de costos*. Tena

- Colorimetría

Tabla 169. Colorimetría, servicio de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCION		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Colorimetría	Código: 003		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/08/2021	Estilista: Ruth Serrano		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Tinte	unidad	\$7,00	1	\$7,00
Gorro	unidad	\$1,20	1	\$1,20
Shampoo	unidad	\$0,50	1	\$0,50
Tratamiento	unidad	\$0,20	1	\$0,20
Oxidante	unidad	\$0,12	1	\$0,12
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$ 9,02
			10% imprevistos	\$ 0,90
			Total neto	\$ 9,92
			Gasto de fab. 15%	\$ 1,49
			Factor costo 33,33%	\$ 3,31
			M.O. 45%	\$ 4,46
			G. Admin 12%	\$ 1,19
			45% utilidad	\$ 4,46
			Subtotal	\$ 24,84
			12% IVA	\$ 2,98
			10% servicio	\$ 2,48
	Total	\$ 30,30		

Villegas, M. (2021). *Colorimetría, servicio de costos*. Tena

- **Manicura**

Tabla 2017. Manicura, servicio de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Manicura	Código: 004		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/08/2021	Estilista: Ruth Serrano		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Esmalte	unidad	\$0,30	1	\$0,30
Acetona	unidad	\$0,42	1	\$0,42
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$ 0,72
			10% imprevistos	\$ 0,07
			Total neto	\$ 0,79
			Gasto de fab. 15%	\$ 0,12
			Factor costo 33,33%	\$ 0,26
			M.O. 45%	\$ 0,36
			G. Admin 12%	\$ 0,10
			45% utilidad	\$ 0,36
			Subtotal	\$ 1,98
			12% IVA	\$ 0,24
			10% servicio	\$ 0,20
	Total	\$ 2,42		

Villegas, M. (2021). *Manicura, servicio de costos*. Tena

- Corte de cabello

Tabla 2118. Corte de cabello, servicio de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Corte de cabello		Código: 005	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/08/2021		Estilista: Ruth Serrano	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Shampoo	unidad	\$0,55	1	\$0,55
Acondicionador	unidad	\$0,65	1	\$0,65
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$ 1,20
			10% imprevistos	\$ 0,12
			Total neto	\$ 1,32
			Gasto de fab. 15%	\$ 0,20
			Factor costo 33,33%	\$ 0,44
			M.O. 45%	\$ 0,59
			G. Admin 12%	\$ 0,16
			45% utilidad	\$ 0,59
			Subtotal	\$ 3,30
			12% IVA	\$ 0,40
			10% servicio	\$ 0,33
			Total	\$ 4,03

Villegas, M. (2021). *Corte de cabello, servicio de costos*. Tena

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local**

Tabla 192. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$150,00	\$900,00	\$1.800,00

Villegas, M. (2021). Arriendo del local. Tena.

- **Maquinaria y equipo**

Tabla 203. Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
ACTIVO	CANTID	C. UNITARIO	C. TOTAL
Plancha de cabello	1	98,00	98,00
Rizador de cabello	1	55,00	55,00
Lámpara de luz UV	1	35,00	35,00
calentador de cera	1	80,00	80,00
Secador de cabello	1	58,04	58,04
Esterilizador montero	1	139,29	139,29
COSTO TOTAL DEL EQUIPO			465,33

(ver anexos 2)

Villegas, M. (2021). *Maquinaria y equipo*. Tena

- **Equipos de computación**

Tabla 214. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I10	1	\$720.00	\$720.00
Impresora EPSON tinta continua	1	\$150.00	\$150.00
TOTAL			\$870.00

Villegas, M. (2021). *Equipos de computación*. Tena

- **Muebles y enseres**

Tabla 225. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sillón regulable	1	\$160,00	\$160,00
Sillón ejecutivo	1	\$60,00	\$60,00
Mueble para recepción del cliente	1	\$180,00	\$180,00
Mesa para manicure	1	\$150,00	\$150,00
Mueble para pedicure	1	\$150,00	\$150,00
Sillón reclinable	1	\$100,00	\$100,00
Mueble ayudante	2	\$60,00	\$120,00
Espejos	3	\$25,00	\$75,00
Juego de muebles	1	\$350,00	\$350,00
Sillón Lava cabezas	1	\$227,68	\$227,68
COSTO TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			\$1.572,68

Villegas, M. (2021). *Muebles y enseres*. Tena

- **Equipos industriales de seguridad**

Tabla 236. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$27,00	\$27,00
Bomba de mano desinfectante	2	\$10,00	\$20,00
Detector de gas GLP	1	\$30,00	\$30,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$87,00

Villegas, M. (2021). *Equipos de seguridad industrial*. Tena

- **Suministros de oficina**

Tabla 247. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$ 4,10	\$ 4,10
Grapadora	1	\$ 4,80	\$ 4,80
Grapas (caja)	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Caja 3 resaltadores	1	\$ 1,70	\$ 1,70
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$ 0,55	\$ 1,65
Perforadora	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Libreta	2	\$ 1,30	\$ 2,60
Carpeta de cartón	20	\$ 0,30	\$ 6,00
Tijera	1	\$ 3,00	\$ 3,00
TOTAL			\$ 31,35
TOTAL ANUAL			\$ 376,20

Villegas, M. (2021). *Suministros de oficina*. Tena

- **Servicios básicos**

Tabla 258. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$9,00
Luz	\$18,00
Teléfono	\$11,00
Internet	\$17,00
TOTAL	\$55,00
TOTAL ANUAL	\$660,00

Villegas, M. (2021). *Servicios básicos*. Tena

- **Materiales de limpieza**

Tabla 2926. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$ 4,20	\$ 4,20
Trapeador	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Cloro 1 Gal	1	\$ 5,90	\$ 5,90
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Fibra/lustre	1	\$ 1,20	\$ 1,20
Esjonja lavaplatos	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Pala	1	\$ 2,80	\$ 2,80
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Toalla de papel	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$ 12,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 82,10
TOTAL ANUAL			\$ 985,20

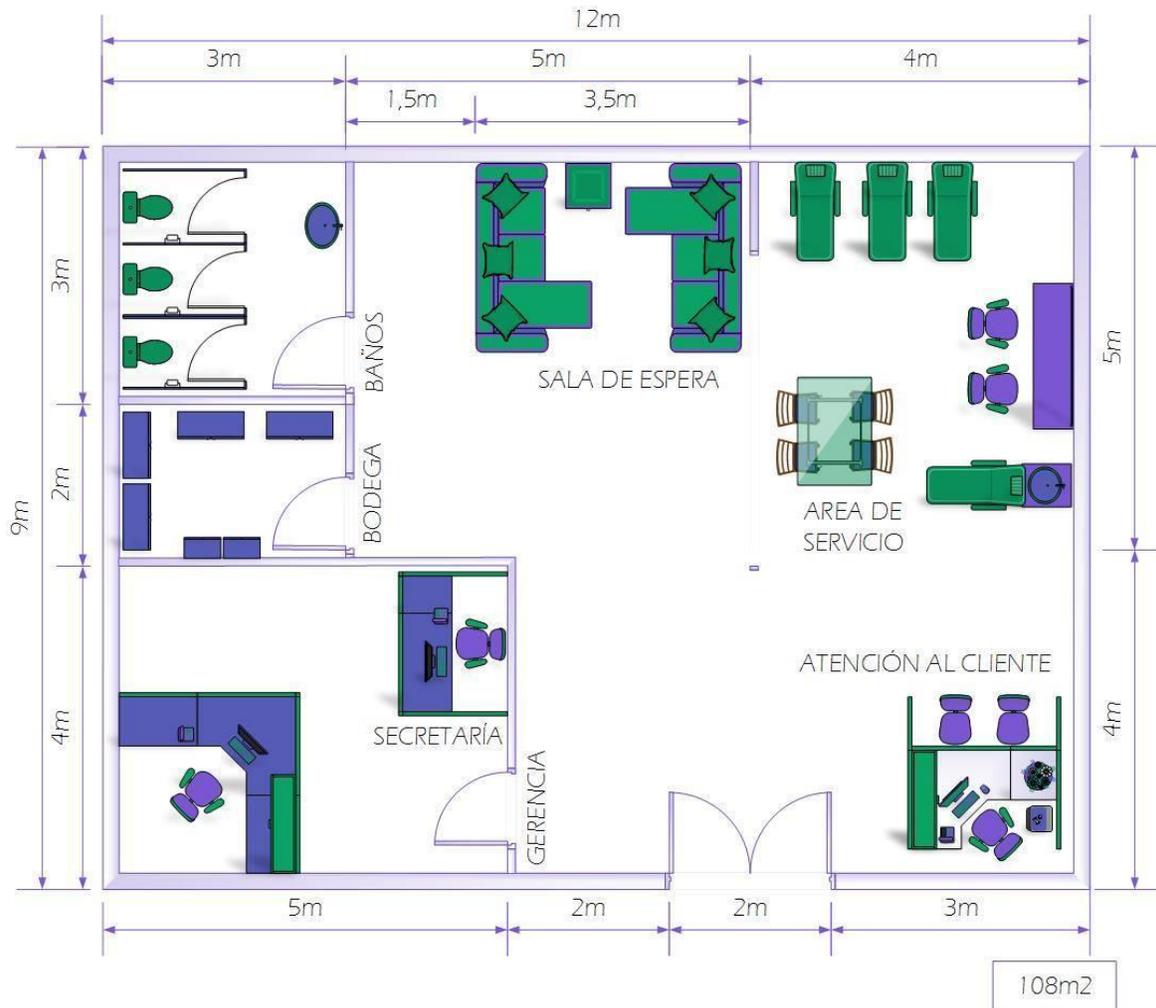
Villegas, M. (2021). *Materiales de limpieza*. Tena

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (15 personas). En el área de servicio, se ha considerado el espacio que necesitarán los estilistas para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas ya que el almacenamiento se hará en el área de secretaría. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para la sala de espera en donde los clientes pueden esperar su turno.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 20. Estructura del establecimiento.



Villegas, M. (2021). *Estructura del establecimiento*. Tena.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para la organización legal se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: 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 o denominación objetiva.

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

- **Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA**

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCOSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son (ARCOSA, 2020):

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.

- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son (PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES, 2020).

- Formulario de declaración inicial de Actividad Económica;
 - Cédula y papeleta de votación;
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes;
 - Tabla de amortización (deuda) en caso de tener préstamos con cargo a la actividad económica;
 - Copia de la matrícula en caso de transporte;
 - Copia del impuesto predial en caso de arriendos;
 - Certificado de no adeudar al Municipio; y,
 - Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
 - Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos
- **Otorgamiento de permiso de funcionamiento para locales y establecimientos que no se encuentran categorizados como turísticos.**
- Registro del representante legal del establecimiento en la página web del Ministerio del Interior <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>
 - Cédula de identidad en el caso de personas ecuatorianas y pasaporte para las y los extranjeros, nombramiento del representante legal inscrito en el Registro

Mercantil o poder notariado, en el caso de que actúe en representación del propietario

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal, licencia única de actividades económicas o su equivalente;
- Permiso de cuerpo de bomberos (para locales de consumo de alimentos preparados supermercados, tiendas y abacerías y centros de entretenimiento).

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

- **Obligaciones tributarias**

La Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno vigente nos muestra en los siguientes puntos lo que debemos tomar en cuenta para el pago del impuesto para nuestra empresa.

- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importadas de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.

- Las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes.
- Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos complementados en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- Este impuesto se declara y paga en forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%.
- Preparación y declaración mensual de Anexo Transaccional.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

La industria de la cosmetología es un sector que tiene un alto impacto con el medio ambiente, ya que, existe agotamiento de recursos, contaminación de la atmósfera, contaminación del agua y residuos.

Por lo cual MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA tiene como objetivo la de prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en servicio de estética y peluquería y que el establecimiento pueda ocasionar.

Al momento de realizar el servicio de estética y peluquería se utilizará la materia prima necesaria, no se utilizará materiales reciclables utilizar materiales y productos ecológicos, entre los más importantes, para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Las personas ocasionan basura al momento de ingresar y salir del local, por lo que se colocaran tachos de basura diferentes, clasificando plásticos, papeles y productos orgánicos.

El impacto social se puede visualizar en la comunidad o sector donde está ubicado la estética y peluquería, por lo cual se identificará cosas positivas y negativas cuando la empresa este brindando su servicio.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la estética y peluquería

- **Agotamiento de recursos:** desperdicio del agua. Utilizando únicamente lo necesario se vitará el desperdicio.
- **Contaminación de la atmósfera:** empleando aerosoles con gases propelentes contaminantes, despilfarrando energía con los equipos eléctricos y utilizando equipos con refrigeración por medio de CFC.

- **Contaminación del agua:** vertiendo sustancias peligrosas por el desagüe, empleando cosméticos no biodegradables, empleando en la limpieza de las instalaciones detergentes y limpiadores perjudiciales, no evitando ensuciar, de manera que se incrementan las necesidades de limpieza.
- **Residuos:** abusando en la utilización de elementos de un solo uso, no reutilizando envases cuando sería posible hacerlo, no separando los residuos en función de las posibilidades de gestión.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la estética y peluquería.

- Eligiendo materiales provenientes de recursos renovables, obtenidos o fabricados por medio de procesos que supongan un mínimo consumo de agua y energía, y en lo posible, materiales y productos.
- Desarrollar prácticas de ahorro de materiales, productos, agua y energía.
- Consumir productos elaborados con elementos reciclados.
- Gestionar los residuos de manera que se evite el daño ambiental y a las personas.
- Elegir, en lo posible, materiales y productos ecológicos con certificaciones que garanticen una gestión ambiental adecuada.
- Elegir los productos químicos y de limpieza entre los menos agresivos con el medio (tintes más naturales, líquidos para permanentes menos agresivos, champúes biodegradables, detergentes biodegradables, sin fosfatos ni cloro; limpiadores no corrosivos, etc.).

5.3 Impacto social

Igualdad de género

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA desarrollara una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales.

También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

Generar empleo

MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA generara empleos a personas del sector que son productores de materia prima que es necesaria para el servicio de estética y peluquería, y así apoyar al sector productivo y comercial de este sitio.

Atracción de empleados

Mediante una política que incluya una gestión empresarial que sea sostenible y sobre todo responsable, se crea una aceptación por parte de los empleados para que ellos se sientan seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en su desempeño laboral.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar a la empresa dentro del mercado de la Estética del Cantón.

6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no utilizar esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

6.3. Activos Fijos

Abarca Maquinaria y Equipo, equipos de computación, muebles y enseres y equipos industriales de seguridad, sumando como total de activos fijos \$2.995,01 dólares americanos.

Tabla 3027. Activos Fijos

INVERSIONES ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipos	\$465,33
Equipos de Computación	\$870,00
Muebles y enseres	\$1.572,68
Equipos industriales de seguridad	\$87,00
TOTAL	\$2.995,01

Villegas, M. (2021). Activos Fijos. Tena.

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$850,00 dólares en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 3128. Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$850,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$850,00

Villegas, M. (2021). Activos Diferidos. Tena.

6.5. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en materia prima directa por el valor de cuatro mil quinientos treinta y seis dólares con noventa y cinco centavos, sueldos diez y ocho mil setecientos veinte y un dólares con noventa y siete centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de seis cientos sesenta dólares, suministros de oficina (papelería, lápiz, etc.) con tres cientos setenta y seis dólares con veinte centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) novecientos ochenta y cinco dólares con veinte centavos, el alquiler de local por mil ochocientos dólares, publicidad con dos cientos setenta y ocho dólares con cuarenta centavos, gastos financieros con mil seis cientos ochenta dólares, dándonos un total de veinte y nueve mil treinta y ocho dólares con setenta y dos centavos.

Tabla 3229. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima directa	\$ 4.536,95
Sueldos	\$ 25.457,38
Servicios Básicos	\$ 660,00

Suministros de oficina	\$ 376,20
Material limpieza	\$ 985,20
Alquiler local	\$ 1.800,00
Publicidad	\$ 278,40
Gastos financieros	\$ 1.680,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 35.774,13

Villegas, M. (2021). Capital del trabajo. Tena.

Tabla 3330. Inversión Total

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$ 2.995,01
Total Activos Diferidos	\$ 850,00
Total Capital de Trabajo	\$ 35.774,13
TOTAL INVERSION	\$ 39.619,14

Villegas, M. (2021). Inversión Total. Tena.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$ 39.619,14 dólares.

6.6 Materia Prima Directa

A continuación, se detalla el cuadro de la Materia Prima necesaria para prestar 600 servicios anuales de tratamiento capilar, maquillaje, colorimetría, manicura y peluquería.

Tabla 3431. Materia Prima Directa

Materia Prima Directa	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Plasma	354	\$1,40	\$495,60
Jeringas	235	\$0,20	\$47,00
Base	203	\$0,31	\$62,93
Polvo facial	138	\$0,57	\$78,66
Sombra de ojos	126	\$0,30	\$37,80
Lápiz de ojos	590	\$0,25	\$147,50
Máscara de pestañas	564	\$0,41	\$231,24
Barra de labios	203	\$0,80	\$162,40
Tinte	240	\$7,00	\$1.680,00
Gorro	502	\$1,20	\$602,40

Shampoo	234	\$0,50	\$117,00
Tratamiento	231	\$0,20	\$46,20
Oxidante	1.876	\$0,12	\$225,12
Esmalte	145	\$0,30	\$43,50
Acetona	865	\$0,42	\$363,30
Acondicionador	302	\$0,65	\$196,30
TOTAL			\$4.536,95

Villegas, M. (2021). Materia Prima Directa. Tena.

El total de materia prima para poder ofrecer los servicios es de \$4.536,95 anual.

6.7. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 3532. Rol de Pagos

DESCRIPCIÓN	Administrador	Auxiliar de belleza	Cajera Receptionista
REMUNERACIONES			
Salario Básico	\$ 720,00	\$ 400,00	\$ 400,00
13° Sueldo	\$ 60,00	\$ 33,33	\$ 33,33
14° Sueldo	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33
Vacaciones 1/24	\$ 30,00	\$ 16,67	\$ 16,67
Aporte Patronal (11.15%)	\$ 80,28	\$ 44,60	\$ 44,60
IECE (0.50%)	\$ 3,60	\$ 2,00	\$ 2,00
SECAP (0.50%)	\$ 3,60	\$ 2,00	\$ 2,00
Fondos de reserva	\$ 60,05	\$ 33,36	\$ 33,36
Total	\$ 990,86	\$ 565,29	\$ 565,29
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	\$ 990,86	\$ 565,29	\$ 565,29
Total Anual	\$ 11.890,34	\$ 6.783,52	\$ 6.783,52
Total Anual	\$ 25.457,38		

Villegas, M. (2021). Rol de pagos. Tena.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$25.457,38 dólares anuales.

6.8. Depreciación activos fijos

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: maquinaria y equipo 10%, equipos de computación 33.33%, muebles y enseres por el 5% y equipos industriales de seguridad 5% dando así un total de \$2.303,73 dólares.

Tabla 3633. Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Maquinaria y Equipos	\$12.710,00	10%	\$1.271,00
Equipos de Computación	\$555,00	33,33%	\$184,98
Muebles y enseres	\$15.810,00	5%	\$790,50
Equipos industriales de seguridad	\$1.145,00	5%	\$57,25
TOTAL			\$2.303,73

Villegas, M. (2021). Depreciación de Activos Fijos. Tena.

6.9. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ciento setenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a ochocientos cincuenta dólares.

Tabla 3734. Amortización Activos Diferidos

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	\$850,00	20%	\$170,00

Villegas, M. (2021). Amortización Activos Diferidos. Tena.

6.10. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto es de la siguiente manera: Capital Propio que será financiado por los socios de la empresa con la suma de \$27.619,14 dólares que equivale a una estructura del 70%; el 13% con una tasa de descuento de 7,5 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$12.000,00 dólares será financiado por la

Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP (Juventud Ecuatoriana Progresista) con una estructura del 30% , el costo es del 14 % que otorga el 5,9% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$39.619,14, que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,4% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 3835. Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$27.619,14	70%	13%	7,50%	
Capital Financiero	\$12.000,00	30%	14%	5,90%	
TOTAL INVERSIÓN	\$39.619,14	100%		13,40%	TMAR

Villegas, M. (2021). Estructura de Capital. Tena.

6.11. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 3936. Tabla de Amortización

MONTO	\$12.000,00			
TASA	14%			
PLAZO	5 AÑOS			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$12.000,00
1	\$3.495,40	\$1.680,00	\$1.815,40	\$10.184,60
2	\$3.495,40	\$1.425,84	\$2.069,56	\$8.115,04
3	\$3.495,40	\$1.136,11	\$2.359,30	\$5.755,74
4	\$3.495,40	\$805,80	\$2.689,60	\$3.066,14
5	\$3.495,40	\$429,26	\$3.066,14	\$0,00

Villegas, M. (2021). Tabla de Amortización. Tena.

El capital será financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP (Juventud Ecuatoriana Progresista) por el valor de \$12.000,00, a una tasa del 14 % en un plazo de

cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de \$1.680,00 y a su vez el pago capital de \$17.477,00, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.12. Punto de equilibrio

Tabla 4037. Clasificación de Costos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	
	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTOS DEL SERVICIO		
Materia Prima Directa		\$ 4.536,90
Mano de Obra Directa		\$ 13.563,04
Depreciaciones	\$ 2.303,73	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Personal Administrativo	\$ 11.890,34	
Servicios básicos	\$ 660,00	
Suministros de oficina	\$ 376,20	
Materiales de limpieza	\$ 985,20	
Arriendo	\$ 1.800,00	
Amortización Activo Diferido	\$ 170,00	
COSTOS DE VENTAS		
Publicidad	\$ 278,40	
Gastos Financieros		
Gastos Financieros	\$ 1.680,00	
T O T A L \$:	\$ 20.143,87	\$ 18.099,94

Villegas, M. (2021). Clasificación de Costos. Tena.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

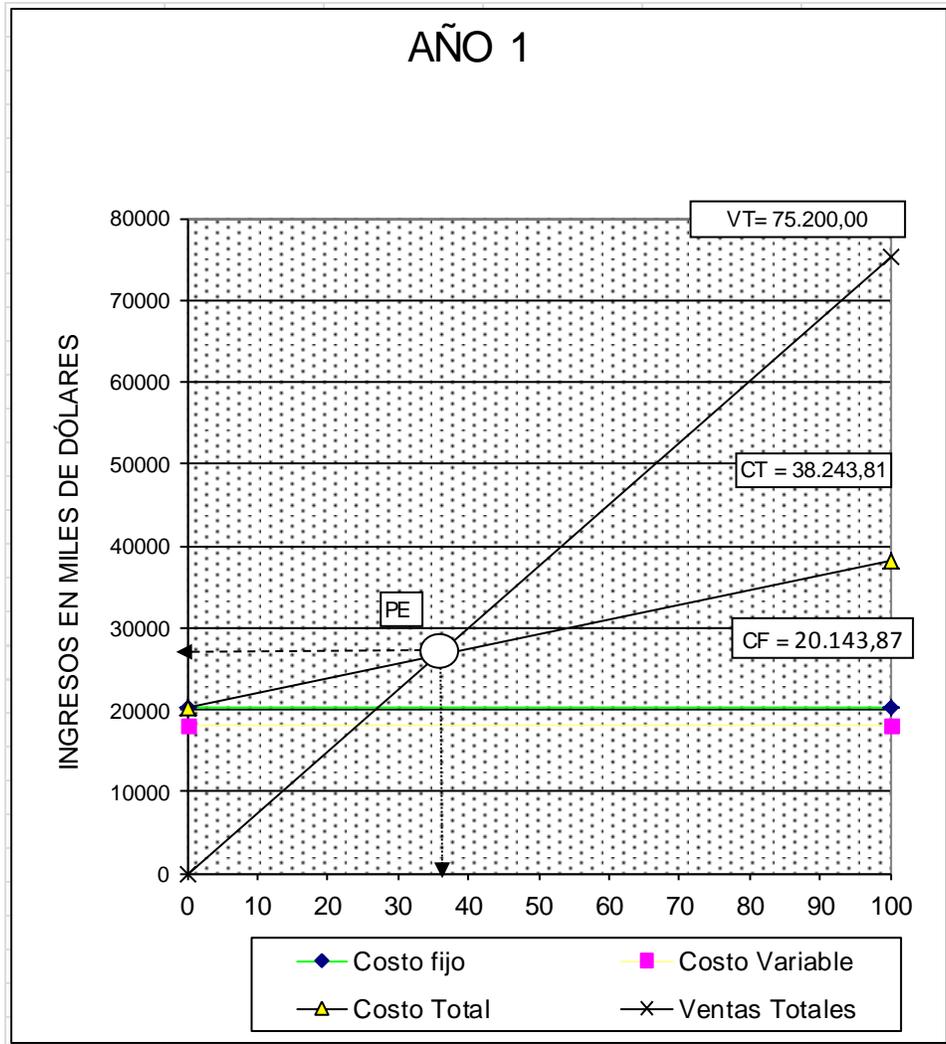
* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{\$ 20.143,87}{\$ 75.200,00 - \$ 18.099,94} * 100 = 35,28\%$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{\$ 20.143,87}{1 - \frac{\$ 18.099,94}{\$ 75.200,00}} = \$ 26.529,20$$

Ilustración 2521. Punto de Equilibrio.



Villegas, M. (2021). Punto de Equilibrio. Tena.

6.13. Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 4138. Costo de Ventas

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$ 75.200,00	\$ 77.463,52	\$ 79.795,17	\$ 82.197,01	\$ 84.671,14
COSTO DE VENTAS		\$ 38.243,81	\$ 39.394,95	\$ 40.580,74	\$ 41.802,22	\$ 43.060,46
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 36.956,19	\$ 38.068,57	\$ 39.214,44	\$ 40.394,79	\$ 41.610,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 11.890,34	\$ 12.248,24	\$ 12.616,91	\$ 12.996,68	\$ 13.387,88
SERVICIOS BASICOS		\$ 660,00	\$ 679,87	\$ 700,33	\$ 721,41	\$ 743,12
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		\$ 1.361,40	\$ 1.402,38	\$ 1.444,59	\$ 1.488,07	\$ 1.532,86
ALQUILER		\$ 1.800,00	\$ 1.854,18	\$ 1.909,99	\$ 1.967,48	\$ 2.026,70
PUBLICIDAD		\$ 278,40	\$ 286,78	\$ 295,41	\$ 304,30	\$ 313,46
DEPRECIACIONES		\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73
AMORTIZACIONES		\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 18.492,32	\$ 19.123,40	\$ 19.773,47	\$ 20.443,11	\$ 21.132,91
GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.680,00	\$ 1.425,84	\$ 1.136,11	\$ 805,80	\$ 429,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 16.812,32	\$ 17.697,55	\$ 18.637,37	\$ 19.637,31	\$ 20.703,65
BASE IMPOSITIVA		\$ 6.094,47	\$ 6.415,36	\$ 6.756,05	\$ 7.118,52	\$ 7.505,07
UTILIDAD NETA		\$ 10.717,85	\$ 11.282,19	\$ 11.881,32	\$ 12.518,78	\$ 13.198,58

Villegas, M. (2021). Costos de Ventas. Tena.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año con 800 servicios anuales rendirán una utilidad neta de \$10.717,85, mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$13.198,58.

6.14. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 4239. Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 18.492,32	\$ 19.123,40	\$ 19.773,47	\$ 20.443,11	\$ 21.132,91
DEPRECIACION		\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73	\$ 2.303,73
AMORTIZACION		\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
- BASE IMPOSITIVA		\$ 6.094,47	\$ 6.415,36	\$ 6.756,05	\$ 7.118,52	\$ 7.505,07
- GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.680,00	\$ 1.425,84	\$ 1.136,11	\$ 805,80	\$ 429,26
- PAGO CAPITAL		\$ 1.815,40	\$ 2.069,56	\$ 2.359,30	\$ 2.689,60	\$ 3.066,14
= FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 32.883,73	\$ 11.376,18	\$ 11.686,36	\$ 11.995,75	\$ 12.302,92	\$ 12.606,16

Villegas, M. (2021). Flujo de Caja. Tena.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11.376,18, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$12.606,16.

6.15. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.15.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 9.141,58.

6.15.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 23,55 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,36% con el TMAR.

Tabla 4340. VAN/TIR

VAN	\$ 9.141,58
TIR	23,55%
TMAR	13,36%

Villegas, M. (2021). VAN/TIR. Tena.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- La empresa MCM ESTÉTICA & PELUQUERIA es factible de implementar ya que ofrece spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales de buena calidad a fin de satisfacer las necesidades de la población del TENA.
- Dentro de la encuesta realizada a la población de la ciudad del Tena con una muestra de 378 encuestados, se concluyó que un 40% son mayores a 44 años de edad, el 100% de ellos han utilizado los servicios de una empresa de estética y peluquería, lo más importante que se pudo analizar es la acogida que pueda tener una estética y peluquería en la ciudad del Tena, se ofrecerá servicios de tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales con un precio de \$48,38 para el tratamiento capilar, \$ 8,87 para el maquillaje, \$ 30,30 para la colorimetría, \$ 2,42 para la manicura y \$ 4,03 para el corte de cabello.
- Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes, tanto en el Servicio de Rentas Internas / SRI, Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA, Municipio del Tena, IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).
- En lo concerniente al proceso de impacto ambiental y social, tiene como objetivo la de prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en servicio de estética y peluquería y que el establecimiento pueda ocasionar.
- El proceso de inversión determina que se necesita \$ 2.995,01 como activos fijos, \$ 850,00 como activos diferidos y \$ 35.774,13 de capital de trabajo, dando un total de inversión de \$ 39.619,14, el 70% es capital propio y el 30% capital financiero, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$10.717,85 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$13.198,58, se tendrá un flujo neto de caja de \$11.376,18, el VAN en la empresa es de \$ 9.141,58 y la TIR de la

empresa posee un valor de 23,55 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,36% con el TMAR.

7.2. RECOMENDACIONES

- Impulsar la ampliación de la empresa de Estética y Peluquería, ya que existe una demanda que no ha sido satisfecha en el mercado local.
- Se recomienda la implementación de la empresa, debido a que la ejecución del proyecto es rentable, de acuerdo al resultado de los indicadores financieros
- Brindar un servicio, eficiente, eficaz y de calidad, con la finalidad de ganar espacio empresarial en el sector.
- Impulsar convenios con empresas privadas y públicas de la localidad, para incrementar la cartera de clientes y su fidelidad.
- Integrar a la planta organizacional de la empresa, personal con conocimiento en la materia, con aptitudes que garanticen el servicio a los clientes.

7.3. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, Onésimo. (s.f.). Los riesgos y las oportunidades principales de las empresas. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.elblogsalmon.com/entorno/los-riesgos-y-las-oportunidades/principales-de-las-empresas>.
- Arturo K. (2013). La técnica de observación. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>.
- Espinosa, Alberto. (2009). Filosofía empresarial. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.dinero.com/columnistas/edicion/impres/a/articulo/filosofia-empresarial/75465>.
- Flores, Julio. (s.f.). MICROEMPRESA. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>.
- Hermosilla, Mirta. (2015). Clasificación de las microempresas. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.abc.com.py/edicion/impres/a/suplementos/escolar/clasificacion-de-las-microempresas/1349341.html>.
- Espinosa, Alberto. (2009). Filosofía empresarial. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.dinero.com/columnistas/edicion/impres/a/articulo/filosofia-empresarial/75465>.
- Flores, Julio. (s.f.). MICROEMPRESA. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>.
- INEC. (2014). Directorio de empresas y establecimientos. Recuperado/marzo del 2020 de: www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/Estadisticas/Economicas/Resultados/2014
- SRI. (2020). Impuesto a la Renta. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta#%C2%BFqu%C3%A9-es>.
- SRI. (2020). Impuesto al Valor Agregado. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva>.

7.4.ANEXOS

ANEXO 1

Formulario de Encuesta

Pregunta 1. ¿Usted hace uso de los servicios de estética y peluquería?

18 o menos	()
19 – 23	()
24 – 28	()
29 – 33	()
34 o mas	()

Pregunta 2. ¿Ha utilizado los servicios de una empresa de organización de eventos sociales?

Si	()
No	()

Pregunta 3. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de un centro de estética y peluquería mensualmente?

1 - 2 veces	()
3 - 4 veces	()
5 o más veces	()

Pregunta 4. ¿Los miembros de su familia también utilizan los servicios de un centro estética y peluquería?

Si	()
No	()

Pregunta 5. ¿Alguna vez su hábito de utilización de un centro estética y peluquería ha sido influenciado por las promociones de estos en las redes sociales?

Si	()
No	()

Pregunta 6. ¿Cuánto dinero gasta en un centro de estética y peluquería por mes?

\$ 10,00	()
\$ 15,00	()
\$ 20,00	()
\$ 25 o más	()

Pregunta 7. ¿Cambiarías tu centro de estética y peluquería preferido por otro que brinde excelentes promociones?

Si	()
No	()

Pregunta 8. ¿Qué es lo que más valora al ir a centro de estética y peluquería?

- | | |
|--|-----|
| Precio | () |
| Rapidez del servicio | () |
| Calidad de MCM ESTÉTICA | () |
| Promociones | () |
| Calidad de productos que utiliza la estética | () |
| Todas las anteriores | () |

Pregunta 9. ¿Le gustaría a usted que exista un centro de estética y peluquería en el sector norte de la ciudad del TENA?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

Pregunta 10. ¿Visitaría un centro de estética & peluquería que se encuentre cerca al Redondel Jumndi, al frente de la Unidad Educativa Nacional Tena, que ofrezca spa, tratamientos capilares, maquillajes, colorimetría, manicura, pedicura, peluquería, tratamientos faciales y masajes corporales?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

IMPORTADORA REYS		FACTURA		
Nombre o Razón Social Mayra Villegas Dirección Tena Teléfono(s) Página Web		FA10216		
		Fecha		
		09/08/2021		
		Lugar		
		Tena		
		Producción		
		11-23		
Datos Emisor: Nombre Fiscal RFC, Dirección, etc. Régimen Fiscal		Datos Cliente Receptor: Nombre Fiscal RFC, Dirección, etc. Régimen Fiscal		
Cantidad	U. de Medida	Descripción	Precio Unitario	Importe
1		Plancha de cabello	98,00	98,00
1		Rizador de cabello	55,00	55,00
1		Lámpara de luz UV	35,00	35,00
1		Calentador de cera	80,00	80,00
1		Secador de cabello	58,04	58,04
1		Esterilizador montero	139,29	139,29
		SUBTOTAL		\$ 465,33
		DESCUENTO		
		I.V.A.		
		TOTAL		\$ 465,33
<p style="text-align: center;">Representación impresa de CFDI</p> <p style="text-align: right;">Efectos fiscales al pago</p>				



FACTURA

Nº DE FACTURA:
FECHA: 02/09/2021

Para: Mayra Villegas

Enviar a: Mayra Villegas

UNIDADES	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Sillón regulable	160,00	160,00
1	Sillón ejecutivo	60,00	60,00
1	Mueble para recepción del cliente	180,00	180,00
1	Mesa para manicure	150,00	150,00
1	Mueble para pedicure	150,00	150,00
1	Sillón reclinable	100,00	100,00
2	Mueble ayudante	60,00	120,00
3	Espejos	25,00	75,00
1	Juego de muebles	350,00	350,00
1	Sillón Lava cabezas	227,68	227,68
SUBTOTAL			\$ 1.572,68
RETENCION I.R.PF. (__%)			/
IVA (__%)			
TOTAL			\$ 1.572,68

Todos los cheques pagaderos a: Nombre de la organización
Si tiene alguna pregunta relativa a esta factura, llame a: Nombre de contacto, Número de teléfono

¡GRACIAS POR SU COMPRA/ENCARGO !

[Dirección] Tena

Teléfono: 0984787522

FACTURAR A:

[Nombre]

Mayra Villegas

[Dirección]

Tena

Teléfono:

0984787522

PROFORMA

Fecha: 11/08/2021

N° de Factura

23

N° de Cliente

00



	DESCRIPCIÓN	TOTAL
1	Extintor (polvo seco) 10 Lb	27,00
2	Bomba de mano desinfectante	20,00
1	Detector de gas GLP	30,00
5	Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	10,00

COMENTARIOS

1. Total a pagar en 30 días
2. Incluya por favor el número de factura en su cheque

SUBTOTAL \$ \$ 87,00

TASA DE IMPUESTO

IMPUESTO \$

OTRO \$

TOTAL \$ \$ 87,00

Si usted tiene preguntas sobre esta factura, póngase en contacto con
ING. CARLOS LOZANO

¡Gracias por su negocio!