



CARRERA: CONTABILIDAD

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE
CUENCA, SECTOR QUINTA CHICA”**

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título
de Tecnólogo en contabilidad.

AUTOR: Nancy Adriana Beltrán

DIRECTOR: Msc. Byron Baez

Cuenca, 20 de diciembre de 2021

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de titulación a Dios por darme salud y fortaleza para poder concluir con este proceso a pesar de cualquier adversidad.

A mi hijo Alex que ha sido el motor de mi vida y el motivo por el cual he seguido adelante luchando día con día con mi estudios y metas, por el que tome la decisión de retomar mis estudios y superarme.

A mi familia que de una u otra manera han estado a mi lado brindándome su apoyo y cariño que me han ayudado para concluir con esta meta.

A todos mis docentes que me han acompañado y han compartido sus conocimientos durante todo el proceso de aprendizaje.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por la vida y la salud que me ha dado para poder concluir con esta etapa de mi carrera, también quiero agradecer a todos y cada uno de mis docentes tutores que han compartido sus enseñanzas y conocimientos día a día, por ser las guías de mi aprendizaje, gracias a mi familia que de una u otra manera han estado a mi lado apoyándome en esta nueva meta, también quiero agradecer a cada uno de mis amigos/as y compañeros/as que de diferentes formas me han apoyado.

AUTORÍA

Yo, Nancy Adriana Beltrán autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Nancy Adriana Beltrán Méndez

Cuenca, 20 de diciembre de 2021

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**CERTIFICA**

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

MSC. BYRON BAEZ

Cuenca, 20 de diciembre de 2021

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Cuenca a los, 20 días del mes de diciembre de 2021, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Nancy Adriana Beltrán, bajo la dirección de Msc. Byron Baez declaro ser el autor del trabajo de fin de carrera con el tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR QUINTA CHICA”**, como requisito fundamental para optar por el título de TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes Msc. Byron Baez en calidad de director del trabajo fin de carrera y el/la Sr./Srta. Nancy Adriana Beltrán, como autor/a del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

(MSC. BYRON BAEZ)

(NANCY ADRIANA BELTRÁN)

Cuenca, 20 de diciembre de 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
AUTORÍA.....	3
RESUMEN	12
ANTECEDENTES.....	13
INTRODUCCIÓN.....	13
MARCO CONTEXTUAL	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	17
IDEA A DEFENDER	18
OBJETO DE ESTUDIO Y CAMPO DE ACCIÓN	18
JUSTIFICACIÓN	19
OBJETIVOS.....	20
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
ANÁLISIS DEL CAMPO DE INVESTIGACIÓN.....	22
ANÁLISIS DE LA ZONA DE ESTUDIO	23
ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	23
FACTORES ECONÓMICOS	24
FACTORES DEMOGRÁFICOS	25
FACTOR TECNOLÓGICO	26
FACTORES SOCIOCULTURALES	26
ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	27
• COMPETIDORES	28
• COMPETENCIA DIRECTA.....	28
• COMPETENCIA INDIRECTA	29
FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	30
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	32
FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA Y/O TECNOLÓGICA.....	35
SÍNTESIS DEL CAPÍTULO	37
CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO	39
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	39
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	40
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	41

UNIVERSO Y MUESTRA.....	42
MUESTRA:.....	42
PRESENTACIÓN GRÁFICA, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS	45
SÍNTESIS DEL CAPÍTULO	54
CAPÍTULO III: PROPUESTA.....	56
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	56
VIABILIDAD DE PROYECTO	56
SOCIAL	56
AMBIENTAL	56
ECONÓMICA.....	57
IMPACTO	57
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	58
TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	58
LOCALIZACIÓN.....	60
RECURSOS DE LA EMPRESA.....	61
EVALUACIÓN FINANCIERA	81
FLUJO DE CAJA.....	81
INDICADORES DE EVALUACIÓN	82
VALOR ACTUAL NETO	82
TASA INTERNA DE RETORNO.....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
CONCLUSIONES.....	87
RECOMENDACIONES.....	88
ANEXOS	90

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COMPETENCIA DIRECTA	28
TABLA 2: COMPETENCIA INDIRECTA.....	29
TABLA 3: ENCUESTA PREGUNTA 1	45
TABLA 4: ENCUESTA PREGUNTA 2	46
TABLA 5: ENCUESTA PREGUNTA 3	47
TABLA 6: ENCUESTA PREGUNTA 4	48
TABLA 7: ENCUESTA PREGUNTA 5	49
TABLA 8: ENCUESTA PREGUNTA 6	50
TABLA 9: ENCUESTA PREGUNTA 7	51
TABLA 10: ENCUESTA PREGUNTA 8	52
TABLA 11: ENCUESTA PREGUNTA 9	53
TABLA 12: EQUIPOS DE SEGURIDAD	62
TABLA 13: EQUIPOS INDUSTRIALES	63
TABLA 14: DESCRIPCIÓN PROPIETARIO ADMINISTRADOR.....	65
TABLA 15: DESCRIPCIÓN ESTILISTA	65
TABLA 16: REMUNERACIÓN GERENTE PROPIETARIO	66
TABLA 17: REMUNERACIÓN ESTILISTA	66
TABLA 18: TIPO DE SERVICIOS	67
TABLA 19: COSTOS DE LOS SERVICIOS	68
TABLA 20: ACTIVOS FIJOS.....	70
TABLA 21: EQUIPOS DE SEGURIDAD	70
TABLA 22: EQUIPOS INDUSTRIALES	71
TABLA 23: EQUIPOS DE OFICINA	71
TABLA 24: MUEBLES Y ENSERES	71
TABLA 25: ACTIVOS DIFERIDOS	72
TABLA 26: CAPITAL DE TRABAJO	73
TABLA 27: DETALLE DE SUELDOS	73
TABLA 28: DETALLE SERVICIOS BÁSICOS	73
TABLA 29: DETALLE MATERIAL DE OFICINA	74
TABLA 30: DETALLE MATERIAL DE LIMPIEZA	74
TABLA 31: DETALLE EQUIPO DE SEGURIDAD	75
TABLA 32: DETALLE ARRIENDO.....	75
TABLA 33: TOTAL INVERSIÓN.....	75
TABLA 34: DEPRECIACIÓN.....	76
TABLA 35: AMORTIZACIONES.....	76
TABLA 36: FINANCIAMIENTO DE CAPITAL	77
TABLA 37: TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	77
TABLA 38: COSTOS FIJOS.....	78
TABLA 39: MATERIA PRIMA	78
TABLA 40: PRECIO PROMEDIO	79
TABLA 41: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
TABLA 42: PROYECCIÓN DE VENTAS.....	80
TABLA 43: ESTADO DE RESULTADOS	81

TABLA 44: FLUJO DE CAJA.....	82
TABLA 45: VAN Y TIR.....	83

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1: CAUSA Y EFECTO	17
ILUSTRACIÓN 2: ESQUEMA MACRO ENTORNO.....	23
ILUSTRACIÓN 3: ESQUEMA MICRO ENTORNO	27
ILUSTRACIÓN 4 FÓRMULA ESTABLECIDA	43
ILUSTRACIÓN 5: TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	44
ILUSTRACIÓN 6: LOCALIZACIÓN	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ENCUESTA PREGUNTA 1	45
GRÁFICO 2: ENCUESTA PREGUNTA 2	46
GRÁFICO 3: ENCUESTA PREGUNTA 3	47
GRÁFICO 4: ENCUESTA PREGUNTA 4	48
GRÁFICO 5: ENCUESTA PREGUNTA 5	49
GRÁFICO 6: ENCUESTA PREGUNTA 6	50
GRÁFICO 7: ENCUESTA PREGUNTA 7	51
GRÁFICO 8: ENCUESTA PREGUNTA 8	52
GRÁFICO 9: ENCUESTA PREGUNTA 9	53
GRÁFICO 10: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	63

RESUMEN

La belleza hoy en día está más relacionada con la belleza femenina, la moda, maquillaje, peinados etc. Gracias al interés femenino la nada ha ido evolucionando día a día: en la actualidad el maquillaje y los cosméticos no es usado solamente por las mujeres sino también por los hombres.

En la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica se ha visto la necesidad de la creación de un centro de belleza que ofrezca los servicios de maquillaje, peinados, cortes de cabello tanto para hombre como para mujer, manicure, pedicura, colorimetría entre otros, que permita atender las necesidades relacionadas con el cuidado y el bienestar personal de cada uno de los habitantes de este sector.

ANTECEDENTES

Introducción

El concepto de belleza se da desde la antigua Grecia, en esta época solo las personas más acaudaladas acudían para recibir tratamientos y servicios que realcen su belleza. En ese tiempo se implementaban grasos de origen animal, mezclas de hierbas y flores para elaborar cremas, maquillaje, tintes entre otros.

Cada época tenía su concepto o modelos de belleza, por su parte los egipcios buscaron la perfección de la estética mediante un conjunto de mecanismos, hombres y mujeres empezaron a pintarse los ojos con tonos oscuros o negros para tapar ciertas imperfecciones y protegerse de los rayos solares.

Los Romanos tenían prohibido el uso de cualquier tipo de cosméticos, pero durante sus conquistas conocieron nuevos pueblos y costumbres que poco a poco lo fueron asimilando: llegaron a teñirse las mejillas con vino tinto y usar tiza en el rostro.

La nueva tecnología generó desde postales con hermosas damas de la alta sociedad hasta avisos publicitarios de cosméticos variados. Naciendo así la industria de la belleza.

Hoy en día la belleza está más relacionada con la belleza femenina, a la moda, el maquillaje, peinados. Gracias al interés femenino la moda ha ido evolucionando día con día: en la actualidad el maquillaje y los cosméticos no solamente es usado en las mujeres, sino también en los hombres. Existe una gran demanda en la belleza y la estética.

Marco contextual

La belleza es un concepto, una cualidad presente en una cosa, objeto o persona que produce placer intenso a la mente, proviene de manifestaciones sensoriales. La belleza se encuentra en la mente de quienes lo aprecian, se refiere al conjunto de valores y expectativas. Esto conduce a los poderosos sentimientos de atracción y bienestar emocional.

El área de la belleza tiene gran tendencia hoy en día, y genera mayor demanda por su gran variedad de productos y servicios que ofrece de diferentes líneas y marcas. Gracias a la belleza y la estética han tenido lugar muchos eventos artísticos e históricos, no solo en la Ciudad, sino en todo el mundo como son los eventos de pasarelas, modelajes, elecciones de la reina, eventos cívicos etc. Es decir, gracias a profesionales en esta área se llevan a cabo estos eventos con mucho éxito haciendo que las personas se sientan bien y en confianza consigo mismas.

Este tipo de eventos ya mencionados anteriormente se mueven a nivel mundial generando ingresos económicos considerables, pero para eso se debe estar totalmente capacitados y actualizados para poder brindar un servicio de calidad y también el asesoramiento personal adecuado para las personas que participan en estos eventos y también a las personas que desean verse y sentirse bien día a día.

Por todo lo antes mencionado se llevará a cabo la idea de implementar este salón de belleza “**ARY’S STYLOS**” el mismo que estará ubicado en la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica, calles (la toreadora y oso huayco). Los salones de belleza han sido tendencia en la moda y el cuidado personal gracias a su gran variedad de productos y servicios, tomando en cuenta el desarrollo en el área de los

cosméticos, cuidado de la piel, cabello, manos etc. Esto ayudara a ubicar grandes fortalezas y oportunidades permitiendo el éxito del negocio.

La ciudad de Cuenca es una de las ciudades más posicionadas y reconocidas del país, también es reconocida como un lugar turístico por sus centros históricos, parques, museos.

En la actualidad tal es la relevancia por los servicios de belleza por lo que es importante conocer las nuevas tendencias y estar actualizando en ello para de esta manera ofrecer un servicio de calidad.

Problema de investigación

Hoy en día las personas se preocupan mucho más en su apariencia personal, en cómo se ven y como les ve la sociedad por tal razón acuden con frecuencia a este tipo de establecimientos para recibir diferentes tipos de servicios que les haga sentirse bien y en confianza.

Luego de analizar la importancia y la necesidad que tienen las personas de acudir a este tipo de establecimientos se ha visto en la necesidad de implementar un centro de belleza que brinde un alto portafolio de servicios que cubra todas y cada una de las necesidades del cliente.

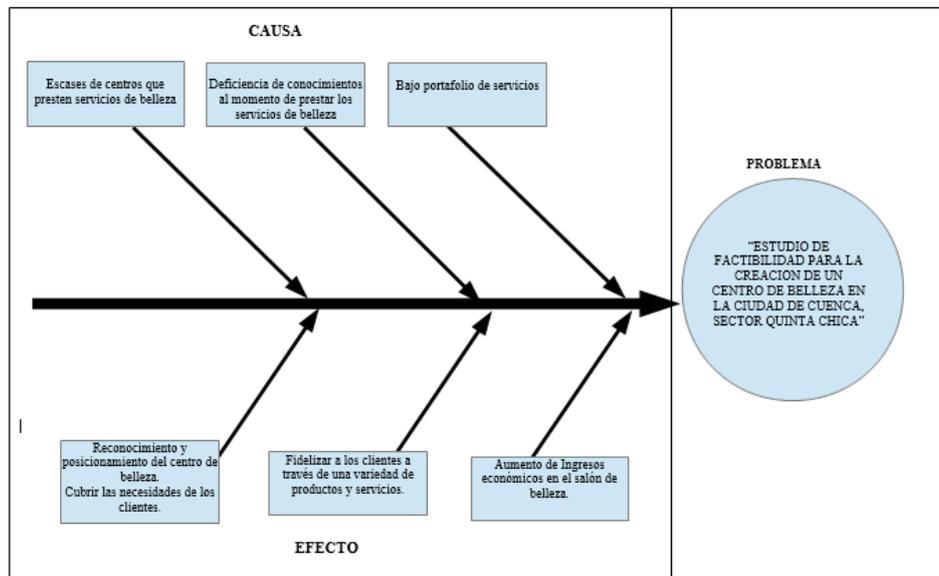
En la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica, se ha observado los escasos centros de belleza que brinde este tipo de servicios, tanto para hombre como para mujer, como son: cortes de cabello unisex, tintes, maquillaje, manicure, pedicura, diseños y cuidado para cejas y pestañas, depilaciones y otros. Es importante contar

con un amplio portafolio de servicios para que al momento que una persona acude a un centro de belleza pueda encontrar todo en un solo lugar.

Los servicios de peluquería y belleza vienen teniendo un desarrollo importante en la economía y se han convertido en el segundo modelo de negocio más comunes en la ciudad.

Es importante mencionar que los centros de belleza son negocios rentables debido a los cambios constantes en la moda y la estética, también a la gran demanda que existe hoy en día ya que las personas tanto hombres como mujeres se ocupan más de su apariencia y cuidado personal. Cada vez se va adquiriendo nuevos conceptos y servicios de acorde a la necesidad de cada cliente.

ILUSTRACIÓN 1: CAUSA Y EFECTO



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Definición del problema

La creación de este salón de belleza “ARY’S STYLOS” tiene lugar en la provincia del Azuay-Ecuador, ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica.

En los últimos años se ha venido evidenciando la falta de servicios de belleza en este lugar, esto provoca pérdida de tiempo ya que los moradores deben acudir al centro más cercano para recibir este tipo de servicios, contando que el lugar más cercano queda a unos 5 km y a parte que no cuenta con personal capacitado que brinde el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente.

Idea a defender

Luego de una observación en el sector donde se desea implementar el centro de belleza se ha visto que los establecimientos que prestan servicios de belleza y peluquería son muy pocos a parte que tienen servicios limitados, es decir no ofrecen servicios integrales. Por tal motivo se desea implementar un centro de belleza que brinde un alto portafolio de servicios con personal y productos de calidad que se adapte a la necesidad de cada cliente.

¿En la actualidad, es viable implementar un salón o centro de belleza en la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica?

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio: desarrollar un plan de negocio para conocer la viabilidad de implementar un salón de belleza que cuente con espacios diseñados y un alto portafolio de servicios que se adapten a las necesidades de cada cliente, en especial la ciudad de Cuenca sector Quinta Chica que carece de salones que prestan este tipo de servicios.

Campo de acción: establecer el número de posibles clientes consumidores que asistirán al centro de belleza “ARY’S STYLOS”.

Justificación

Mediante una observación de campo se ha venido analizando que los centros de belleza en la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica son escasos y los que existen en la localidad no están debidamente capacitados tanto en tendencia como en técnicas y tampoco cuentan con servicios integrales, es decir ofrecen solamente servicios específicos, por tal razón las personas se ven en la necesidad de acudir a lugares más lejanos donde les puedan atender y brindar un servicio adecuado según su necesidad.

Debido a las necesidades que tienen las personas de este sector se planea implementar un centro de belleza con profesionales en esta área donde las personas puedan acudir y sentirse en confianza, donde puedan recibir un servicio de calidad con productos de primera y así no tengan la necesidad de salir de su localidad para recibir este tipo de servicios.

De acuerdo al desarrollo que se ha venido analizando en el área de la belleza en la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica se proyecta realizar la propuesta para determinar la viabilidad para la implementación de un centro de belleza, lo cual se pueda ofrecer un amplio portafolio de servicios que se adapten a cada una de sus necesidades con personal debidamente capacitado.

Contar con espacio adecuado para los clientes donde puedan sentirse cómodos, en confianza y recibir una atención personalizada contando siempre con productos de calidad y de tendencia en cuanto a la belleza.

Objetivos

General

Crear un centro de belleza y cuidado personal con un alto y excelente portafolio de servicios y productos de calidad en la ciudad de Cuenca, sector Quinta Chica.

Específicos

- ✓ Analizar la situación actual de los servicios de belleza en la ciudad de Cuenca con el propósito de establecer la viabilidad de nuestro negocio.
- ✓ Determinar la viabilidad económica y validar la viabilidad y sostenibilidad del negocio.
- ✓ Posicionar “ARY’S STYLOS” como el primer centro de belleza que brindara un portafolio completo de servicios en el sector de quinta chica a través de campañas y ofertas publicitarias.

Síntesis de la introducción

El concepto de belleza se viene da desde la antigüedad, en aquel tiempo solo las personas de altos recursos podían asistir a los solones o centros de belleza para recibir algún tipo de servicio que resaltara su belleza y personalidad.

Pero hoy en día la belleza es muy importante, está relacionada con el cuidado personal, con el bienestar de las personas, no solo de las mujeres sino también de los hombres. Hoy en día se preocupan mucho por el aspecto físico, por estar siempre a la moda y verse bien.

El área de la belleza tiene gran tendencia hoy en día generando mayor demanda día a día por su gran variedad de productos y servicios que ofrece de diferentes líneas y marcas. Por lo que es importante estar siempre actualizándose en cuanto a técnicas y métodos para de esta manera ofrecer un servicio de calidad.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Análisis del campo de Investigación

El concepto de belleza se da desde la Antigua Grecia, en esta época solo las personas más acaudaladas acudían para recibir tratamientos y servicios que realcen su belleza. Entonces se empleaban grasos de origen animal, mezclas de flores y hierbas para elaborar cremas, maquillaje, tintes entre otros.

Cada época tenía su concepto o modelos de belleza, por su parte los egipcios buscaron la perfección de la estética mediante un conjunto de mecanismos, hombres y mujeres empezaron a pintarse los ojos con tonos oscuros o negros para tapar ciertas imperfecciones y protegerse de los rayos solares.

Los Romanos tenían prohibido el uso de cualquier tipo de cosméticos, pero durante sus conquistas conocieron nuevos pueblos y costumbres que poco a poco lo fueron asimilando: llegaron a teñirse las mejillas con vino tinto y usar tiza en el rostro.

En las cruzadas del siglo XI se dio lugar a la llegada de telas fina y perfumes del Oriente activando el interés por la belleza.

La Revolución Industrial y el desarrollo de la producción en masa modificaron las costumbres de la belleza. La nueva tecnología generó desde postales con hermosas damas de la alta sociedad hasta avisos publicitarios de cosméticos variados. Naciendo así la industria de la belleza.

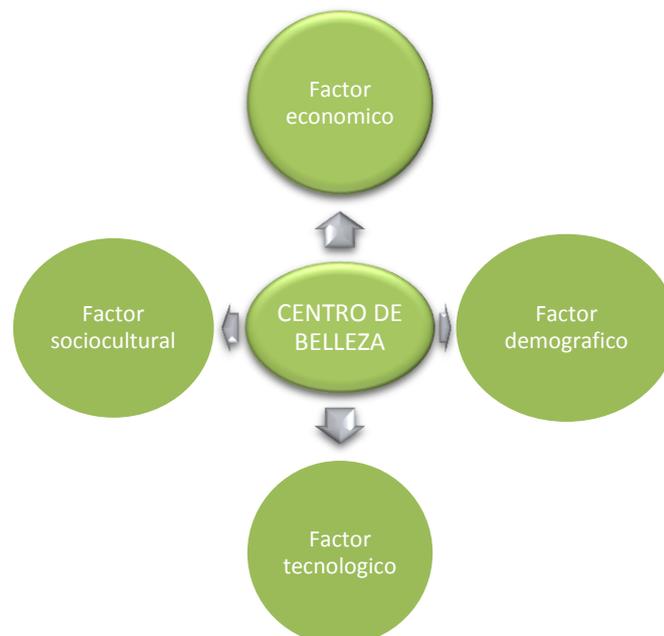
Hoy en día la belleza está más relacionada con la belleza femenina, a la moda, el maquillaje, peinados. Gracias al interés femenino la moda ha ido evolucionando día con día: en la actualidad el maquillaje y los cosméticos no solamente es usado en las mujeres, sino también en los hombres. Existe una gran demanda en la belleza y la estética.

Análisis de la zona de estudio

Análisis del macro entorno

Son los factores en el cual no se tiene control directo y que influirá en el normal funcionamiento del establecimiento. Es decir, no tendrá competencia alguna en el negocio.

ILUSTRACIÓN 2: ESQUEMA MACRO ENTORNO



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Factores económicos

A continuación, se detallan los principales factores que pueden influir en el desarrollo de este negocio.

Análisis del PIB (Producto Interno Bruto)

El PIB es una medida del valor de la actividad económica del país.

Indicador que calcula cual fue la producción de bienes y servicios que se hizo durante un periodo de tiempo específico: trimestral, semestral o anual. Mide el incremento y decremento de los bienes y servicios de una empresa localizada al interior de un país. De acuerdo al escenario económico actual especialmente de carácter sanitaria 7 de cada 10 ciudadanos no tienen un empleo adecuado (INEC 2020), lo que indica que la capacidad de ingresos se reduzca considerablemente, esto incide en que los precios de los servicios que ofertaremos estén dentro de la capacidad de gasto de las familias que residen en el sector de Quinta Chica.

Tomando en cuenta el nivel económico, es importante tomar en cuenta el tema de costos de cada uno de los servicios que ofertaremos que sean accesibles de acuerdo al tipo de servicio que el cliente requiera y de esta manera estaremos también fidelizando a los consumidores.

Factores demográficos

Los datos demográficos nos ayudarán para profundizar en el consumo del público objetivo estableciendo estrategias para cada edad y sexo, es decir que se brindara una atención personalizada de acuerdo a su necesidad.

Estos datos brindan información sobre grupo de personas según ciertos atributos como edad, sexo, lugar, población etc.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, el centro de belleza ARY'S ESTYLE estará ubicado en la ciudad de Cuenca parroquia Machángara, con demanda en el sector Quinta Chica al norte de la ciudad.

Este proyecto está dirigido a toda la población: Tanto como hombres, mujeres y niños de todas las edades y dimensión social. Tomando en cuenta que los niños son llevados por sus padres desde muy corta edad al centro de belleza para un corte de cabello.

El nivel de consumidores estará en aumento año tras año, esto tendrá efectos positivos al momento de la implementación del centro de belleza obteniendo un número más alto de clientes que en la actualidad.

También es importante misionar que por estas calles transitan unas 30 a 50 personas diariamente que pueden convertirse en posibles clientes.

Factor tecnológico

En este negocio como en cualquier otro es importante estar a la par en el desarrollo continuo de la tecnología teniendo en cuenta los equipos y herramientas actuales que permitirá ofrecer un servicio diferente a la competitividad y de esta manera garantizar la producción y la estabilidad del negocio.

En este tipo de negocios la tecnología no solo se implementa en los equipos, sino también en las técnicas del área de la belleza que constantemente avanzan, esto permitirá la promoción y el crecimiento del negocio.

El factor tecnológico también tiene gran impacto en el área de la publicidad ya que gracias a las redes sociales se puede llegar a miles de personas en cuestión de minutos. Es una herramienta muy útil y atrae a muchos clientes si lo usamos de una manera adecuada.

Nuestro proyecto tiene planificado hacer un uso intensivo de promoción y publicidad para dar a conocer los diferentes tipos de servicios que estaremos brindando en “ARY’S ESTYLE”. Así también las promociones en fechas especiales, además que gracias al uso de la tecnología se puede compartir a nuestros clientes el lugar exacto donde se estará vendiendo el servicio.

Factores socioculturales

Se entiende como sociocultural al conjunto de factores internos, como las creencias y habilidades personales: factores externos, como el efecto que ejercen las instituciones o la educación y que se configuran como una cultura de una sociedad.

Por lo que es importante respetar los gustos y preferencias de cada persona, en cuanto a sus diferentes estilos en la moda y la belleza. Hay distintos tipos de looks, como en el maquillaje, los peinados, en el color, los cortes. Cada persona tiene su look o su tradición, en especial las personas mayores que mantienen sus tradiciones desde sus antepasados. Personas que mantienen sus tradiciones, pero no por eso dejan de lado su cuidado personal.

Este centro de belleza está dirigido a todas las personas que se interesasen por su cuidado personal, que valoren su imagen y estén dispuestos a invertir para verse y sentirse mejor consigo mismo y con la sociedad. Personas que busquen un cambio, una recomendación o asesoramiento en su imagen personal para cada etapa de su vida, eso generara confianza y seguridad en sí mismos.

Análisis del microentorno

Considera como microentorno a todo lo que le rodea y puede llevarse un control determinado.

ILUSTRACIÓN 3: ESQUEMA MICRO ENTORNO



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

- **Competidores**

En la actualidad existe una gran demanda de competidores en esta área, por lo que es importante marcar la diferencia al momento de prestar un servicio, tatar al cliente como nos gustaría ser tratados, también ofrecer un servicio de calidad y preferencial haciéndolos sentir importantes y consentidos.

Estar siempre a la vanguardia en cuanto a productos y técnicas de belleza y el cuidado personal.

- **Competencia directa**

Luego de observar el sector donde se desea implementar el centro de belleza “ARY’S ESTYLE” se determinó que existen dos centros como competencia directa. Tomando en cuenta el tipo de lugar, la presentación y los servicios que brindan.

En la Calle La Toreadora existe una barbería de nombre SHOP BARBER que ofrece servicios solamente para caballeros.

TABLA 1: COMPETENCIA DIRECTA

Competidores directos		
<i>Nombre</i>	<i>Servicios que brinda</i>	<i>Dirección</i>
Corte perfecto Mayra Encalada	<ul style="list-style-type: none"> - Corte de cabello para hombre y mujer - Colorimetría - Maquillaje 	Calle San Pablo de Lago
Corte y diseño Daly	<ul style="list-style-type: none"> - Corte de cabello para hombre y mujer - Peinados - Maquillaje 	Calle San Pablo de Lago y patiquines

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

- **Competencia indirecta**

En este sector existe dos establecimientos que se considera como competencia indirecta que está ubicado a unas 3 y 6 cuadras del centro de belleza que se desea implementar “ARY’S ESTYLE”.

Una SHOP BARBER y un centro de belleza que no ofrece ningún servicio que esté relacionado con uñas como diseños, acrílicas, gel, semipermanentes entre otros, y tampoco ofrece servicio de peinados para eventos especiales.

TABLA 2: COMPETENCIA INDIRECTA

Competidores indirectos		
<i>Nombre</i>	<i>Servicios que brinda</i>	<i>Dirección</i>
Shop barber	- Cortes de cabello solamente para caballeros.	Calle San Pablo de Lago y la Toreadora.
Corte perfecto Mayra Encalada	- Cortes de cabello solamente para caballeros y damas. - Colorimetría - Maquillaje	Calle San Pablo de Lago

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

- **Cliente**

Los clientes son lo más importante en este negocio, son las personas que generan el ingreso y el crecimiento del negocio. Un cliente satisfecho siempre regresa y recomienda el servicio.

Es importante llevar precios acordes y un valor agregado ofreciendo un servicio diferente y personalizado y de esta manera fidelizar a los clientes.

Para potenciar a nuestros clientes se generará una agenda de citas previas a su atención, de esta manera el cliente no tendrá que esperar para ser atendido.

Otra manera de generar y potenciar clientes es por medio de la publicidad y las promociones que se podrá ofrecer como es el 2x1 en determinados servicios.

- ***Proveedores***

Para este negocio como es el servicio en el área de belleza es necesario contar con proveedores seguros y que ofrezcan productos de calidad para el cuidado de la piel, manos, cabello. También se necesita contar equipos y herramientas como secadores, planchas de cabello, maquinas cortadoras de cabello, instrumentos de belleza.

Es importante buscar proveedores que brinden productos de calidad y con buenos precios y de esta manera también poder ofrecer a nuestros clientes productos y servicios de calidad que marquen la diferencia.

Contar con socios estratégicos para la adquisición de los productos de calidad y especialmente productos orgánicos que no sean agresivos para la piel.

Fundamentación Conceptual

Implica el desarrollo organizado y sistemático del conjunto de ideas, conceptos, antecedentes y teorías que permiten sustentar la investigación y comprender la perspectiva o enfoque desde el cual el investigador parte, y a través del cual interpreta sus resultados. (Hurtado, 2008)

- **Belleza:** armonía física o artística que inspira placer o admiración
- **Demanda:** venta de productos o servicios, a petición de los clientes.

- **Estilo:** se denomina a la originalidad que corresponde a la apariencia personal de cada persona.
- **Moda:** costumbre, uso, modo que está en tendencia durante un determinado tiempo.
- **Peluquería:** lugar físico o establecimiento donde se realizan cortes de cabello.
- **Salón de belleza:** establecimiento más grande donde se da servicio de peluquería, cosmetología. Maquillajes, cuidado personal entre otros.
- **Cambio de forma de cabello:** ondulación del cabello liso, o alisado del cabello rizado, es decir cambio de la forma natural del cabello.
- **Cambio de forma temporal del cabello:** cambios de duración corta.
- **Cambio de forma permanente del cabello:** cambio de forma de duración larga.
- **Colorimetría:** ciencia que estudia y desarrolla el color para obtener una escala de valores numéricos.
- **Oxigenada o peróxido:** producto químico que se compone por hidrógeno y oxígeno que es usado en los salones de belleza para realizar decoloraciones del cabello o para activar distintos tonos de colores para el cabello.
- **Decolorante:** producto que se utiliza para decolorar el pigmento natural del cabello, se conoce también como aclarante.
- **Maquillaje:** producto cosmético que se aplica sobre la piel, especialmente en la cara para maquillarla.

- **Uñas en Acrílico:** mezcla de polvo y monómero líquido que se combina en una masa y se da forma a la uña con una mini brocha y se saca al aire libre.

Fundamentación Legal

Todas las personas naturales o jurídicas que hayan inscrito el RUC/RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con actividades relacionadas con SPAS, peluquerías, estéticas o similares debe contar con los siguientes permisos de funcionamiento.

Los centros de belleza están regulados por el código de trabajo y la Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA). Los y las profesionales en esta área deben estar cualificados como Artesano y regulados bajo esta Ley, también deben contar con todos los permisos para el debido funcionamiento del negocio.

Codificación de la ley del artesano

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente (JNDA, 2021).

Patente municipal

Requisitos para la patente municipal

- Inscripción del RUC/RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Formulario de inscripción RAET (Registro de Actividades Económicas para la gestión Tributaria) link.
- Número de predio del domicilio tributario.

- Copia de cédula y papel de votación.
- Copia de la factura de un servicio básico.
- Copia de carnet de artesano.
- Copia de carnet de discapacidad (si es que aplica).

Este trámite se puede realizar en todas las Administraciones Zonales del Municipio.

Una vez que la Patente Municipal se inscriba le enviarán un mensaje al correo electrónico que contendrá la clave de acceso al portal de declaración de RAET o Patente Municipal.

Licencia única de actividad económicas (LUAE)

Esta licencia lo deben obtener todos los establecimientos que están sujetos al control por el Municipio y Cuerpo de Bomberos.

Requisitos para obtener la LUAE

- Formulario de solicitud LUAE ([link](#)).
- Pago de patente municipal
- Copia de cédula y papel de votación
- Copia de la factura de un servicio básico
- Foto de rótulo con las medidas y materiales
- Autorización del dueño del predio, en el cual le permite colocar el rótulo

Este trámite se puede realizar en todas las Administraciones Zonales del Municipio.

Una vez ingresado el trámite nos llegará un correo con el link para declarar los datos técnicos del establecimiento en el portal del Cuerpo de Bomberos.

Luego que nos aprueben el formulario se debe retirar la LUAE en cualquier Administración Zonal del Municipio.

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Este permiso de funcionamiento tendrá vigencia un año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre).

Para obtener el permiso se debe presentar al cuerpo de bomberos los siguientes documentos.

- Formulario de inspección del local
- Croquis del establecimiento
- Informe favorable de inspección
- Patente municipal
- Copia del RUC/RISE
- Copia de la calificación artesanal

Permisos de funcionamiento de la agencia sanitaria (ARCSA)

Permiso otorgado por Agencia de Regulación y Control Sanitario, a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitaria para su debido funcionamiento, este constara con todos los requisitos de funcionamiento establecidos en la normativa vigente.

Procedimiento para obtener dicho permiso.

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA.

Link de acceso: permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec

- Una vez registrado se podrá obtener el permiso de funcionamiento, llenar el formulario y adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad.
- Se emitirá la orden de pago que se podrá imprimir después de 24 horas.
- Generar el pago

Según el Ministerio de Salud Pública **Art.1-objeto** tiene como objetivo establecer los requisitos técnicos sanitarios que deben cumplir los centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza previo al ejercicio de sus actividades y funcionamiento.

Permisos de Funcionamiento. El **Art. 3** Para efecto del presente reglamento se entiende por Permiso de funcionamiento al documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en los reglamentos correspondientes (MSP 2019).

Art.4.- Para la instalación y ejercicio de sus actividades los Centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza deben cumplir con las especificaciones establecidas en el Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (MSP 2019).

Fundamentación Técnica y/o Tecnológica

La tecnología es el conocimiento y la utilización d herramientas técnica y sistemas con el fin de servir a un propósito más grande como la resolución de problemas y hacer la vida más fácil.

La tecnología se ha vuelto parte esencial de nuestras vidas, para entender solo basto con mirar a nuestro alrededor y ver que en todo momento y contexto estamos rodeados de ella, ya sea en el trabajo, en el colegio y hasta cuando estamos descansando, siempre está presente.

El continuo avance de la tecnología hoy en día ha tenido gran impacto en el desarrollo e incremento económico de las pequeñas y grandes empresas, permitiendo llegar a miles de personas en cuestión de minutos a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram.

Gracias a las redes sociales se puede publicar y dar a conocer un producto o servicio a detalle: llegando a miles de consumidores en cuestión de minutos.

En el área de la belleza es muy importante estar actualizado tanto en productos como en técnicas y de esta manera poder ofrecer un servicio de calidad y que está en tendencia, cada día se observa nuevos métodos y técnicas para el cuidado de la piel, uñas, cabello etc.

Por todo lo mencionado es necesario contar con los productos, equipos y herramientas idóneas, que nos permita marcar la diferencia y así mejorar la competitividad y de esta manera garantizar la productividad del negocio y por ende el desarrollo continuo de los profesionales de la belleza que prestarán los servicios en el centro de belleza.

Síntesis del capítulo

Hoy en día la gente valora mucho, tanto la apariencia física como personal, determinando que tipo de persona es conforme su aspecto. Por tal motivo es bueno conocer la importancia que tiene los centros de belleza en la actualidad.

A lo largo de los años se ha establecido ciertos estereotipos físicos que las personas intentan cumplir para considerarse bellas y que de este modo pueden contar con la aprobación de los demás, teniendo así más oportunidades para desarrollarse y cumplir con sus objetivos. Por tal motivo hoy en día tanto hombres como mujeres hacen lo posible por verse y sentirse bien.

Los centros de belleza son muy importantes para la sociedad moderna, ya que se caracteriza por cuidar de las personas de una forma integral, logrando así que la gente se sienta bien y en confianza consigo mismo.

Es importante que los emprendimientos y los pequeños negocios cumplan con las normativas que rigen en cada una de las circunscripciones para que puedan operar sin ningún tipo de inconvenientes, así también como todos los permisos de abertura y funcionamiento.

Así también tener en cuenta los factores que influyen en la creación del negocio como *económicos*, que son los que están relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero de bienes y servicios. Este afecta el poder de compra y el patrón de gasto de los consumidores. se puede decir que uno de los factores más importantes para el desarrollo del negocio.

Los factores *demográficos* también nos ayudaran a analizar el comportamiento del consumidor, estos se centran en la edad, el género y los intereses del mercado meta.

Por otro parte está el factor *tecnológico* que tendrá gran importancia en el desarrollo de nuestro negocio, se utilizará para dar a conocer y promocionar a través de las redes sociales y pagines de internet nuestros servicios y ofertas que ofreceremos. Por medio de las herramientas que brinda se puede llegar a miles de personas en cuestión de minutos.

CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

Tipos de investigación

La naturaleza de la investigación es de tipo **cuantitativo-descriptivo y analítico**.

- **Exploratoria:** es un tipo de investigación preliminar que sirve para incrementar el conocimiento sobre un tema poco conocido o estudiado. También brinda una información detallada desde el punto de vista estadístico.

Según Aries 2012 define: la investigación exploratoria aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.

Al realizar este tipo de investigación se podrá recopilar información preliminar y de esta manera poder identificar y familiarizarnos con la temática de estudio. Este tipo de investigación establece las bases para una investigación más efectiva.

- **Descriptiva:** será de tipo descriptiva ya que se ocupa de la descripción de un fenómeno en una circunstancia temporal y geográfica determinada. Desde el punto de vista cognoscitivo su finalidad es describir y desde el punto de vista estadístico su propósito es estimar parámetros. Aquí se trata de obtener información acerca de un fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones, sin interesarse mucho (o muy poco) en conocer el origen o causa de la situación.

Utilizamos el método descriptivo ya que se describirá la situación actual de los servicios de belleza en la ciudad de Cuenca, y la falta de estos servicios en el sector de Quinta Chica.

- **Cualitativo:** se describirá a través de porcentajes los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las personas del sector. Esto ayudará a determinar las preferencias de servicios que necesitan la gente, así como también los gustos y personalización que cada cliente desea.
- **Cuantitativo:** de la misma manera se hará un análisis en porcentajes de acuerdo a las respuestas obtenidas en las encuestas.
- **Bibliográfica:** se utiliza fuentes de información oficial y paginas debidamente aceptadas como fuentes fidedignas, además de documentos que nos proporcionen información relacionada con la temática de investigación.

Fuentes primarias: será la información que se recopilará del resultado de las encuestas.

Fuentes secundaria: paginas oficiales, libros, leyes, revistas, tesis, otros documentos, etc.

Métodos de investigación

- **Analítico:** se realizará el análisis los resultados obtenidos en las encuestas realizadas sobre los gustos y preferencias de las personas en cuanto a los servicios de belleza.
- **Investigación de campo:** hace referencia al análisis de problemas en la realidad con un determinado propósito, ya sea describirlo, interpretarlo

o entenderlo en su naturaleza y explicar sus causas y efectos, estos datos serán recogidos directamente de la realidad.

Arias define la investigación de campo como aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (arias, 2006).

➤ **Método de observación:** el método de observación nos servirá para recolectar información sobre los centros de belleza y el tipo de servicios que brindan en el sector, así nos dará una proyección para implementar y mejorar nuestro centro de belleza.

➤ **Estadística aplicada**

Utilizamos el **estadístico** ya que se describe la situación actual de los servicios de belleza en la ciudad de Cuenca, y la falta de estos servicios en el sector de Quinta Chica y **aplicada** porque buscamos dar solución a este problema.

La tabulación y clasificación de estos datos se realizará por medio de herramientas de análisis a través predeterminados.

Técnicas e instrumentos de investigación

Para la recolección de datos se utilizará los siguientes instrumentos:

➤ **Observación:** mediante este método se determinará el tipo de lugares y el tipo de servicio que prestan los centros de belleza en esta zona.

- **Encuesta:** Esta técnica permite conocer información de personas sobre temas específicos.
- **Cuestionario:** lo utilizaremos para realizar una lista de preguntas que serán contestadas por las personas encuestadas.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que puedan influir en el resultado de la investigación.

Será utilizada la **Encuesta** para recoger los datos de esta investigación, por medio de este método se podrá conocer los gustos y preferencias de los habitantes de este sector en cuanto a los diferentes servicios de belleza que se quiere brindar, también permitirá conocer la acogida que tendrá la misma.

Universo y muestra

El estudio de factibilidad se llevará a cabo en la ciudad de Cuenca que es una de las ciudades más pobladas. Según el censo del 2021 presenta 417.632 habitantes. Para definir nuestro mercado potencial se tomará en cuenta la población del sector de Quinta Chica que es de 28.689 habitantes según el (INEC 2010).

Muestra:

Comprende el subconjunto respectivo de la población, aquí se usará formulas comprobadas mediante tablas estadísticas.

Según (Tamayo, 1997) afirma que la muestra " es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico"

La población de análisis del estudio de factibilidad es de 28.689 habitantes considerada como **finita** al ser menor a 100.000, para el cálculo se aplicará la siguiente fórmula.

Formula población finita:

ILUSTRACIÓN 4 FÓRMULA ESTABLECIDA

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Muestra

z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

N = Población

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

De donde:

N= 28.689

p= 0.50

q= 0.50

e= 0.05

z=

n=

ILUSTRACIÓN 5: TAMAÑO DE LA MUESTRA

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN FINITA				
	$n =$	$\frac{Z^2 * P * Q * N}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$		
POBLACIÓN	$N =$	28689		
	$n =$	3.8416	0.2	0.3
		0.0025	28688	3.84
	$n =$	6613		
		71.72	+	0.9604
	$n =$	6613		
		72.6804		
MUESTRA REAL	$n =$	90.98	PERSONAS PARA ENCUESTAR	

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Muestreo Tipo. - Probabilística aleatoria

- Simple

Para obtener la muestra de la cantidad de personas a encuestar utilizaremos el método probabilístico aleatorio simple ya que nos permite obtener información del comportamiento de los consumidores, sin ninguna manipulación de la información, cada encuestado responde en base a sus preferencias y necesidades.

A continuación, realizaremos el análisis de cada una de las preguntas de nuestra encuesta:

Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos

Pregunta 1

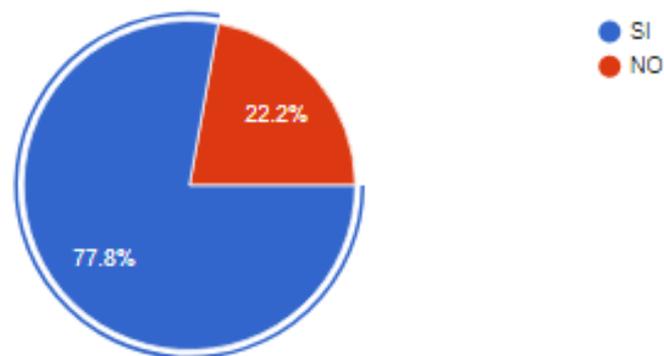
¿Utiliza usted el servicio de belleza y estética?

TABLA 3: ENCUESTA PREGUNTA 1

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
SI	70	77.8%
NO	20	22.2%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 1: ENCUESTA PREGUNTA 1



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: según las encuestas realizadas se puede determinar que la mayoría de los encuestados si utilizan el servicio de belleza y estética.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 77.8% utiliza el servicio de belleza y estética, mientras que el 22.2% no lo utiliza, demostrando una preferencia alta para nuestro negocio.

Pregunta 2

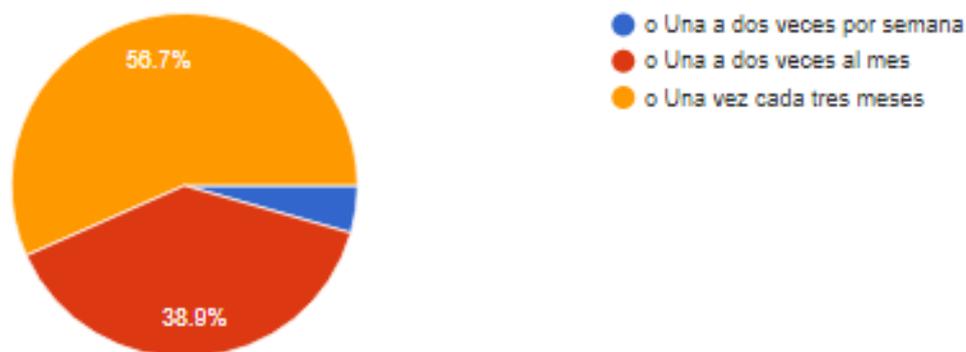
¿Con que frecuencia va al centro de belleza?

TABLA 4: ENCUESTA PREGUNTA 2

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Una a dos veces por semana	4	4.4%
Una a dos veces al mes	35	38.9%
Una vez cada tres meses	51	56.7%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 2: ENCUESTA PREGUNTA 2



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: según las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados acuden al centro de belleza una vez cada tres meses.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 56.7% van al salón de belleza una vez cada 3 meses, mientras que el 38.9% van una o dos veces al mes y el 4.4% van una o dos veces a la semana.

Pregunta 3

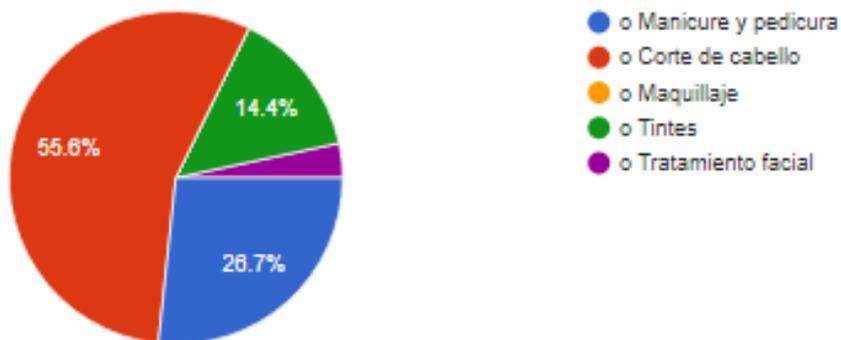
¿A qué servicio suele acudir más?

TABLA 5: ENCUESTA PREGUNTA 3

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Manicure y pedicura	24	26.7%
Corte de cabello	50	55.6%
Maquillaje	0	0%
Tintes	13	14.4%
Tratamiento facial	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 3: ENCUESTA PREGUNTA 3



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: según las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados acuden al centro de belleza por un corte de cabello, manicure y pedicura.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 55.6% van al salón de belleza por un corte de cabello, el 26.7% van por manicure y pedicura, el 14.4% acude por un tinte, el 3.3% por un tratamiento facial.

Pregunta 4

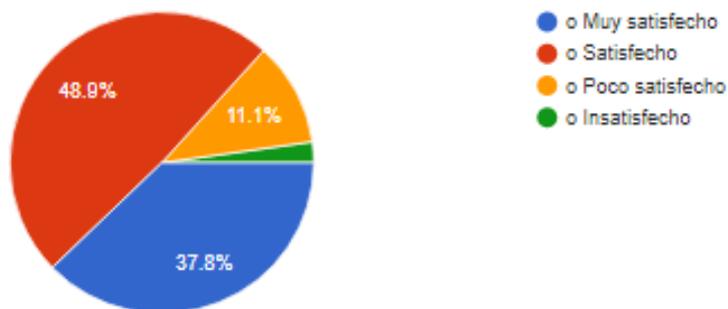
¿Califique cómo se siente con la atención brindada?

TABLA 6: ENCUESTA PREGUNTA 4

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy satisfecho	34	37.8%
Satisfecho	44	48.9%
Poco satisfecho	10	11.1%
Insatisfecho	2	2.2%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 4: ENCUESTA PREGUNTA 4



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: según las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados están satisfechos con la atención recibida en los centros de belleza.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 48.9% están satisfechos con la atención recibida, el 37.8% están muy satisfechos, el 11.1% están poco satisfechos, el 2.2% están insatisfechos.

Pregunta 5

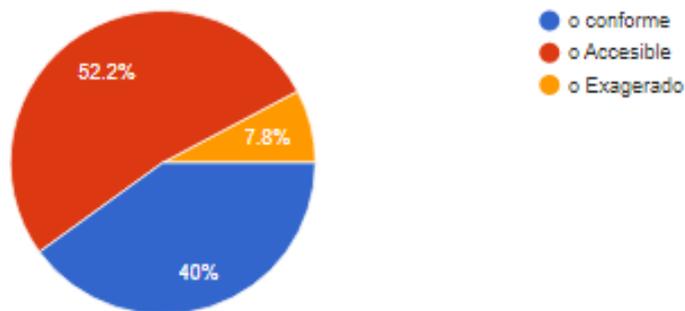
El precio de acuerdo al servicio recibido le parece:

TABLA 7: ENCUESTA PREGUNTA 5

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Conforme	36	40%
Accesible	47	52.2%
Exagerado	7	7.8%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 5: ENCUESTA PREGUNTA 5



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: según las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados están conformes con el precio de acuerdo a los servicios recibidos.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 52.2% tienen acceso a los precios por los servicios recibidos, el 40% están conformes, y al 7.8% les parece exagerado.

Pregunta 6

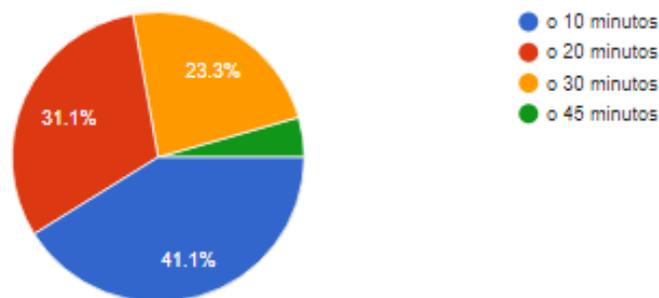
¿Cuánto tiempo ha esperado para que le atiendan en un centro de belleza?

TABLA 8: ENCUESTA PREGUNTA 6

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
10 minutos	37	41.1%
20 minutos	28	31.1%
30 minutos	21	23.3%
45 minutos	4	4.4%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 6: ENCUESTA PREGUNTA 6



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: de acuerdo a las encuestas realizadas se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados han esperado 10 minutos para ser atendido en un centro de belleza.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 41.1% han esperado 10 minutos para ser atendidos en un centro de belleza, el 31.1% han esperado 20 minutos. El 23.3% han esperado 30 minutos y el 4.4% 45 minutos.

Pregunta 7

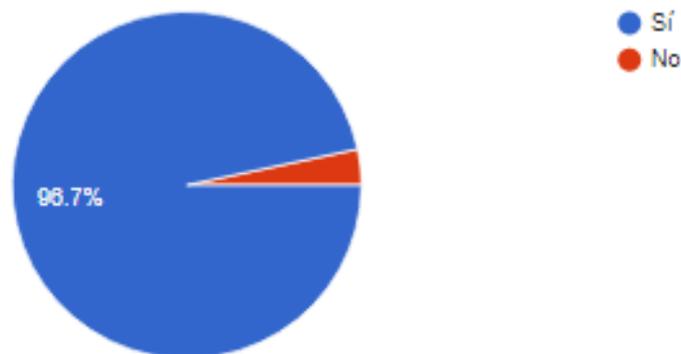
¿Estaría de acuerdo que un centro de belleza ofrezca servicios integrales que usted utilice?

TABLA 9: ENCUESTA PREGUNTA 7

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
SI	87	96.7%
NO	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 7: ENCUESTA PREGUNTA 7



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: de acuerdo a las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados si están de acuerdo que se integre un centro de belleza.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 96.7% están de acuerdo que se integre un centro de belleza, solo el 3.3% no lo están.

Pregunta 8

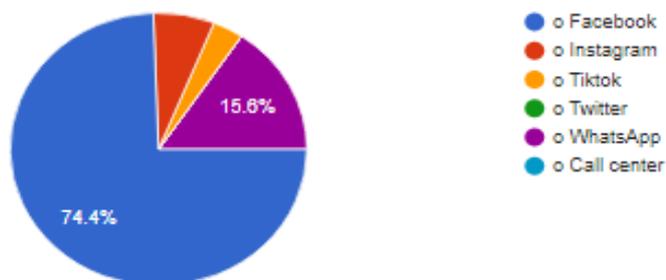
¿Cuál es el canal de comunicación que más utiliza para conocer de promociones y servicios?

TABLA 10: ENCUESTA PREGUNTA 8

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Facebook	67	74.4%
Instagram	6	6.7%
Tiktok	3	3.3%
Twitter	0	0.0%
WhatsApp	14	15.6%
Call center	0	0.0%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 8: ENCUESTA PREGUNTA 8



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: de acuerdo a las encuestas realizadas la mayoría de los encuestados se enteran de los servicios y promociones por medio de Facebook y WhatsApp.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 74.4% utiliza Facebook para enterarse de los servicios y promociones, el 15.6% se entera por WhatsApp, el 6.7% por Instagram, el 3.3% por tiktok.

Pregunta 9

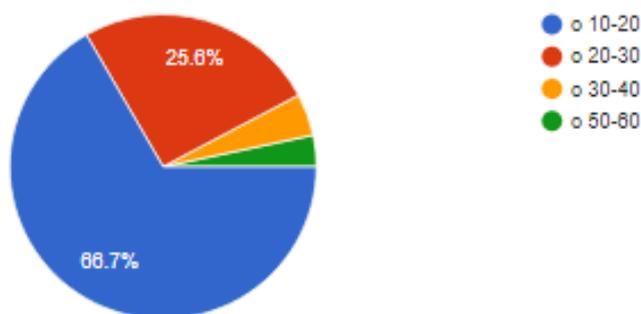
¿Cuánto \$ destina usted mensualmente para consumir productos y servicios de belleza?

TABLA 11: ENCUESTA PREGUNTA 9

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
10-20	60	66.7%
20-30	23	25.6%
30-40	4	4.4%
50-60	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

GRÁFICO 9: ENCUESTA PREGUNTA 9



Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Análisis cualitativo: de acuerdo a las encuestas realizadas la mayoría de los encuestados dispone de 10 a 20 dólares para el consumo de productos y servicios de belleza.

Análisis cuantitativo: del 100% de los encuestados, el 66.7% dispone de 10 a 20 dólares para el consumo de productos y servicios de belleza, el 25.6% cuentan con 20 a 30 dólares, el 4.4% con 30 a 40 dólares y el 3.3% cuenta con 50 a 60 dólares.

Síntesis del capítulo

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando. Esta metodología se centra más en “qué”, lugar del “por qué” del sujeto de investigación.

En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.

Entonces, la investigación descriptiva se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada.

La técnica de recolección de datos que se llevará a cabo en esta investigación será la encuesta, es una manera viable de obtener los resultados de las preguntas que se realizara a las personas del sector, en cuanto a preferencias en los servicios de belleza y de esta manera poder ofrecer un servicio mejorado de acuerdo a sus necesidades.

La encuesta es muy útil para recolectar información de primera, es decir sin manipular por que las personas responden personalmente a cada una de las preguntas de acuerdo a sus preferencias.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se puede ver que la mayoría de los encuestados si utilizan los servicios de belleza y además tienen la

necesidad que un nuevo centro de belleza opere y ofrezca servicios integrales. Esto nos da una buena proyección para implementar nuestro centro.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

Descripción de la propuesta

Mediante un estudio de factibilidad se propone implementar un centro de belleza en la ciudad de Cuenca, sector Quita Chica que brinde un servicio integral, tomando en cuenta el personal que prestará el servicio en “ARY’S STYLOS” tendrá que estar debidamente capacitado para prestar este tipo de servicios, tanto en técnicas, procedimientos y lo más importante en atención al cliente.

Viabilidad de proyecto

Social

En un entorno limitado por la escasez de proyectos productivos el centro de estética “ARY’S STYLOS” incide directamente en la generación de empleo, la conservación del capital circulante generando excedente y réditos económicos en el mercado local lo que es altamente significativo.

Por las características del producto y la comercialización del mismo generara un bienestar en los usuarios que se trasformara en mayor nivel de vida, mayor productividad laboral y un entono socialmente estable y sostenible.

Ambiental

El centro de estética “ARY’S STYLOS” se desarrolla en un entorno altamente intervenido por factores urbanos, se busca disminuir al mínimo el impacto sobre los recursos, así como mantener un equilibrio entre los seres humanos y los bio-sistemas.

Los centros de salud estética son catalogados como industrias limpias o cual llega a calificarse como ambientalmente moderados. Cabe destacar que se acogerá la normativa legal en cuanto al impacto que se pudiere generar sobre el agua.

Económica

El impacto económico sirve para medir la repercusión de y los beneficios de las inversiones lo cual genera un impacto socioeconómico en los agentes económicos que intervienen. Mediante el impacto económico y financiero se utilizarán indicadores como la variación de producción y los índices de rentabilidad financiera.

Impacto

El propósito del proyecto de factibilidad de un centro de belleza en la ciudad de Cuenca es promover servicios de atención en cuidados de la belleza tanto para hombre como mujeres y a mayor oferta de este tipo de servicio permite el cuidado humano y esto se traduce en la liberación de recursos tanto para el cliente como para el ofertante estos recursos se pueden utilizar en otras actividades productivas que generan más consumo generando así un círculo virtuoso en pro de la economía local.

Desarrollo de la propuesta

Tamaño de la empresa

La importancia de definir el tamaño que tendrá nuestro proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen, y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar la implementación del servicio en estudio. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por consultoría.

Durante los últimos años, en Ecuador los negocios artesanales han ido tomando forma y su situación socioeconómica ha mejorado considerablemente. Es por ello que este sector contribuye activamente a la economía del país. Sin embargo, es importante que sus actores comprendan la dinámica, las oportunidades de crecimiento, las responsabilidades laborales y tributarias contempladas en los distintos cuerpos legales y de esta manera entender el escenario de desarrollo del sector artesanal.

De manera específica para el sector artesanal, los recursos legislativos son los siguientes: Ley de Defensa al Artesano, Ley de Fomento Artesanal, Ley de Seguridad Social, Ley de Cooperativas y Reglamento en General, así como también existen reglamentos y ordenanzas municipales que protegen a este sector.

Ley de defensa de artesano

En Ecuador, la Ley de Defensa del Artesano, considera “artesano” a quien desarrolla la actividad y trabajo personalmente, e invierte en su taller, en herramientas de trabajo, maquinaria o materia prima.

Esta Ley crea la Junta Nacional de Defensa del Artesano, que busca la promoción del sector, su capacitación, y es quien califica a los artesanos para gozar de beneficios fiscales y parafiscales.

Beneficios laborales

Entre los beneficios laborales, el Código de Trabajo establece que el artesano calificado está exento del pago del décimo tercero, décimo cuarto y utilidades con respecto de sus operarios y aprendices. Sin embargo, deben ser afiliados de manera obligatoria al Seguro Social, pero no acumulan fondos de reserva. Adicionalmente, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social está obligado a atender las indemnizaciones de accidentes de trabajo y demás derechos de los operarios (Carolina Fabara 2018).

Art. 16. De la ley de defensa del artesano: Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación.

Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus colaboradores, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.

También gozarán los colaboradores del derecho de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el Código del Trabajo.

Beneficios tributarios

- ✓ No están obligados a llevar contabilidad.
- ✓ Están exonerados a los impuestos de los activos totales.
- ✓ Tienen tarifa 0% IVA en la comercialización de productos y servicios artesanales.
- ✓ Exime del pago del impuesto al valor agregado IVA.
- ✓ El ser un negocio artesana o artesanal tiene los siguientes beneficios.

Art. 17.- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

- a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;
- b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo;
- c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal.

Localización

La Empresa estará ubicada en la ciudad de Cuenca capital de la provincia del Azuay en la parroquia Machángara, sector Quinta Chica.

Cuenca está asentada a 2550 m.s.n.m., su temperatura promedio es de 15°C y su precipitación promedio anual es de 2000 mm. Para definir nuestro mercado

potencial se tomará en cuenta la población de la parroquia Machángara, sector Quinta Chica que es de 28.689 habitantes según el (INEC 2010).

Su economía está basada principalmente en la industria y el comercio. Desde hace varias décadas se ha convertido en un polo de desarrollo urbanístico, donde pasa el asentamiento de ciudadelas privadas, centros comerciales, cines, sucursales bancarias, centros educativos, servicios entre otros.

ILUSTRACIÓN 6: LOCALIZACIÓN



Fuente: Google maps

Recursos de la empresa

Local

Para el funcionamiento de la empresa se requiere de un establecimiento que ofrezca a los empleados, clientes y proveedores seguridad y facilidad de acceso. El alquiler estará ubicado en el sector centro de la ciudad de Cuenca, cerca de la actividad comercial y productiva.

La oficina deberá contar con todos los servicios básicos como son agua, energía eléctrica, teléfono, acceso a Internet banda ancha.

Recursos técnicos

Para comenzar con las operaciones de nuestra empresa, se requiere contar con los siguientes equipos de seguridad e industriales.

Estos elementos deben ser los más necesarios y con los precios obtenidos, tratando de economizar precios ya que se estará emprendiendo.

TABLA 12: EQUIPOS DE SEGURIDAD

Equipos de seguridad		
Detalle	Cantidad	Valor
Extintor	1	35.00
Señalética	3	3.50
Uniforme	2	20.00
Guantes quirúrgicos	1 caja	3.00
Total		61.50

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

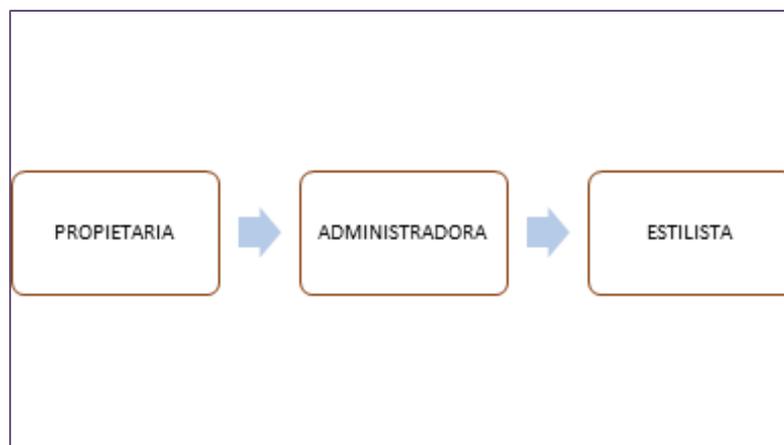
TABLA 13: EQUIPOS INDUSTRIALES

Equipos industriales			
Detalle	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Cortadora de cabello + patilleras	2	120	240
Secador de cabello	1	80	80
Plancha de cabello	1	90	90
Esterilizador	1	200	200
Tijera profesional	3	40	120
Total		530	730

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Recursos humanos

Para el inicio de nuestras operaciones requiere contar con el apoyo de la siguiente estructura organizacional.

GRÁFICO 10: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Descripción de los puestos de trabajo y funciones

Administradora Será el encargado de la representación de la empresa, así como también del manejo ejecutivo, con todas las obligaciones y responsabilidades. Deberá planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos, proyectos y acciones financieras encaminadas a la obtención de resultados positivos para la empresa. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

Estilista: Serán los responsables de dar un peinado adecuado al cliente. Orientar sobre los mejores productos para el cuidado de la belleza. Además de identificar las necesidades del cliente, así como las características de su cabello y piel. Conocer cuáles son los distintos cortes y cuál es el mejor para cada tipo de rostro.

Aspectos a considerar

TABLA 14: DESCRIPCIÓN PROPIETARIO ADMINISTRADOR

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencia del puesto
Tecnólogo/a en administración	Un año de experiencia para el cargo.	<ul style="list-style-type: none"> • Título en el área. • Técnica en belleza y estética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener buenos modales para atender al personal. • Capacidad para trabajar en equipo. • Habilidad para dar solución de manera rápida y ágil.

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 15: DESCRIPCIÓN ESTILISTA

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencia del puesto
Estilista profesional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un año de experiencia en estética y belleza. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título en el área. ▪ Especialista en belleza y estética. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener buenos modales para atender a los clientes. ▪ Capacidad para trabajar en equipo. ▪ Habilidad en técnicas y herramientas.

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Sistema de sueldos y remuneración

TABLA 16: REMUNERACIÓN GERENTE PROPIETARIO

Empresa	ARY'S STYLOS
Unidad administrativa	Área de administración
Misión del puesto	Responsable de la administración. Responsable de cubrir el sueldo de la estilista. Responsable de llevar todos los permisos e impuestos al día.
Denominación del puesto	Propietario administrador
Remuneración	\$ 600

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 17: REMUNERACIÓN ESTILISTA

Empresa	ARY'S STYLOS
Unidad administrativa	Área de atención y servicio
Misión del puesto	Trabajar bajo la supervisión del administrador-propietario. Será responsable del cuidado y uso de las herramientas de trabajo. Responsable de atender a los clientes. Cumplir los horarios establecidos.
Denominación del puesto	Estilista
Remuneración	\$ 400

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

La empresa proveerá sueldos mensuales, que se encuentran incluso sobre el promedio ecuatoriano de salarios, tomando en cuenta que el mínimo vital es USD 400,00 para los trabajadores y la persona encargada de gerencia el sueldo ascendería a USD 600 Así, la remuneración mensual por cada cargo está dada de la siguiente manera, misma que se ha tomado en cuenta en el presupuesto de costos del análisis financiero del proyecto.

Productos o servicios

La empresa ARY'S STYLOS tiene como base 10 servicios referentes a estética y/o cosmética ornamental/capilar y de peluquería.

Cuadro de servicios

TABLA 18: TIPO DE SERVICIOS

Servicios (estética y/o cosmética ornamental/capilar (peluquería))	
Servicio 1	Corte de cabello para hombre
Servicio 2	Corte de cabello para dama
Servicio 3	Manicure
Servicio 4	Pedicura
Servicio 5	Tintura general
Servicio 6	Peinados
Servicio 7	Uñas artificiales
Servicio 8	Maquillajes
Servicio 9	Mechas
Servicio 10	Rayitos

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Tarifas y Costos

Los precios de cada uno de los servicios se han establecidos de acuerdo a la investigación de mercado. Es importante señalar que la política de precios se ha establecido pensando en ofertar productos y servicios de calidad igual o superior a los existentes a precios competitivos y con mayor valor agregado.

TABLA 19: COSTOS DE LOS SERVICIOS

Servicios a ofrecer	Precio referencial por servicio
Corte de cabello para hombre	3,00
Corte de cabello para dama	4,00
Manicure	5,00
Pedicura	5,00
Tintura general	20,00
Peinados	10,00
Uñas artificiales	30,00
Maquillajes	20,00
Mechas	30,00
Rayitos	30,00
Total	157

Fuente: Estudio de mercados. (Beltrán A. 2021)

Estudio financiero

En la realización de nuestro proyecto de factibilidad de la creación de un salón de belleza, contamos con que será una empresa con una estructura organizacional muy bien formada, contaremos con personal capacitado y con una infraestructura totalmente adecuada.

Basándonos en esta idea nuestro estudio financiero detallará la inversión que vamos a realizar, los costos y ventas del servicio que tendremos a futuro y la

factibilidad financiera del proyecto. Nuestro proyecto de vida será de 5 años pues desde ahí empezará a crecer con mayor facilidad nuestra empresa.

Proceso financiero

En este punto se detallará los componentes financieros para llevar a cabo el proyecto y donde se definirá la viabilidad del mismo desde el punto de vista económico y para iniciar la ejecución del negocio.

La creación y puesta en marcha de una empresa implica la utilización de una serie de recursos, los cuales han sido identificados en forma amplia y detallada, ya que de ello depende que cuando entre en operación no surjan inconvenientes que puedan atentar contra el éxito de su implementación.

Plan de inversión

Inversión es un término económico al cual se coloca una cierta cantidad de capital en un determinado proyecto con la finalidad de recuperar en un periodo de tiempo con intereses, con el fin de que el negocio genere ganancias.

A continuación, se muestra las Inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto los cuales se agrupan en 3 tipos: Activo fijo, Activo intangibles (diferidos) y Capital de trabajo.

Con una inversión en los activos fijos de \$ 2471.50 USD que son necesarios para la operación.

En lo que respecta al Capital de trabajo es de 19.263 USD y los activos intangibles o diferidos de 300,00 USD.

Con un total de inversión de 19.263 USD Los mismos que son indispensables para el inicio, operación y buen funcionamiento de la empresa.

Detalle del presupuesto de inversiones

Activos fijos

Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que servirán de apoyo a las operaciones normales de la empresa. Para este caso se tratan básicamente de equipos de cómputo, muebles y enseres, equipos industriales y de seguridad.

TABLA 20: ACTIVOS FIJOS

Inversiones	
Activos fijos	Total
Equipos industriales y de seguridad	791.50
Equipos de oficina	930
Muebles y enseres	1000
Total	2721.50

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

De acuerdo al cuadro, la inversión en Activos Fijos es bastante considerable, siendo el rubro más importante la adquisición de equipos de oficina.

TABLA 21: EQUIPOS DE SEGURIDAD

Equipos de seguridad		
Detalle	Cantidad	Valor
Extintor	1	35.00
Señalética	3	3.50
Uniforme	2	20.00
Guantes quirúrgicos	1 caja	3.00
Total		61.50

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 22: EQUIPOS INDUSTRIALES

Equipos industriales			
Detalle	Cantidad	Valor	Valor total
Cortadora de cabello + patilleras	2	120	240
Secador de cabello	1	80	80
Plancha de cabello	1	90	90
Esterilizador	1	200	200
Tijera profesional	3	40	120
Total		530	730

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 23: EQUIPOS DE OFICINA

Equipos de oficina		
Detalle	Cantidad	Valor
Computadora	1	794
Escritorio	1	80
Silla	1	50
Total		924

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 24: MUEBLES Y ENSERES

Muebles y enseres			
Detalles	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Silla de cortar cabello	1	250	250.00
Mesa + silla para manicure	1	200	200.00
Espejo	2	50	100.00
Muebles de espera	1	150	150.00
Estante para esmalte	1	50	50.00
Estante multiusos	1	250	250.00
Total			1000.00

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Activos diferidos

Son los gastos de constitución para la creación del negocio, que corresponden a la obtención de permisos y tramites de funcionamiento.

TABLA 25: ACTIVOS DIFERIDOS

Activos diferidos	
Gastos de Constitución	300

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Capital de trabajo

Presupuesto de capital de trabajo

Es la asignación de recursos financieros, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, hasta que los ingresos generados cubran los gastos de operación durante un ciclo productivo, esto le permite al proyecto mantener determinado grado de liquidez.

Este representa todos los recursos que se utilizara de manera permanente durante todo un año como son los sueldos, servicios básicos, materiales de oficina, arriendo etc.

TABLA 26: CAPITAL DE TRABAJO

Capital de trabajo	
Sueldos	9689
Servicios básicos	840
Material prima	4200
Material oficina	238.68
Material limpieza	668.28
Equipo de seguridad	738.00
Alquiler local	3600
Publicidad	500
Gastos financieros	1,680.00
Total Inversión	25.176

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Detalle del capital de trabajo:

TABLA 27: DETALLE DE SUELDOS

Personal	Sueldos	Annual	IESS Empleado	IESS Empresa	Total gastos sueldos
Adminstradora	400	4800	453.6	535.2	4844.6
Estilista	400	4800	453.6	535.2	4844.6
Total	800	9600	907.2	1070.4	9689.2

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 28: DETALLE SERVICIOS BÁSICOS

Servicios básicos			
Descripción	Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
Agua	10	60	120
Luz	20	120	240
Internet	40	240	480
Total	70	420	840

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 29: DETALLE MATERIAL DE OFICINA

Material de oficina			
Materiales	Cantidad	Precio unit.	Precio total mensual
Resma papel	1	3.4	3.4
Tijera	1	0.45	0.45
Esferos	3	0.4	1.2
Carpetas	20	0.22	4.4
Libreta	2	0.57	1.14
Engrampadora	1	4.5	4.5
Prerforadora	1	3	3
Resaltador	1	1.8	1.8
Total			19.89
Mensual			19.89
Semestral			119.34
Annual			238.68

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 30: DETALLE MATERIAL DE LIMPIEZA

Material de limpieza			
Materiales	Cantidad	Precio unit.	Precio total mensual
Escoba	1	3.5	3.5
Trapiador	1	7	7
Desinfectante	1	12	12
Papel higienico	4	1	4
Alcohol anticéptico	1	9.5	9.5
Fundas de basura	1	1.75	1.75
Jabón liquid	1	5.99	5.99
Cloro	1	4.95	4.95
Papel toalla	2	3.5	7
Total			55.69
Mensual			55.69
Semestral			334.14
Annual			668.28

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 31: DETALLE EQUIPO DE SEGURIDAD

Equipos de seguridad		
Detalle	Cantidad	Valor
Extintor	1	35.00
Señalética	3	3.50
Uniforme	2	20.00
Guantes quirúrgicos	1 caja	3.00
Total		61.50

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 32: DETALLE ARRIENDO

Arriendo		
Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
300	1800	3600

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Presupuesto de inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto consta del sumatorio total del capital de trabajo más los gastos de constitución y más los activos fijos.

TABLA 33: TOTAL INVERSIÓN

Total, de Inversión	
Capital de trabajo	22.154
Gastos de constitución	300
Activos fijos	2721.50
Total	25.176

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Depreciaciones

La depreciación de los activos fijos se lo realizo por el método de línea recta. El cuadro de depreciación nos indica que se toma en cuenta los años a depreciar y el valor nominal de cada activo.

TABLA 34: DEPRECIACIÓN

Depreciación Activos fijos			
		% depreciación	Depreciación
Equipos industriales	730	10%	73
Equipos de computación	930	33.33%	309.969
Muebles y enseres	1000.00	10%	100
Total depreciaciones			482.97

Fuente: estudio de mercado(Beltrán A. 2021)

TABLA 35: AMORTIZACIONES

Amortizaciones			
	Valor	Porcentaje amortización	
Gastos de Constitución	300	20%	60

Fuente: elaboracion propia(Beltrán A. 2021)

Estructura del capital

La estructura de capital se encuentra compuesto de capital propio más el capital financiero de la siguiente manera.

TABLA 36: FINANCIAMIENTO DE CAPITAL

Estructura de capital					
		Estructura	Costo	td	
Capital propio	13,176	52%	13%	6.8%	
Capital Financiero	12,000	48%	14%	6.7%	
Total inversión	25,176	100%		13.5%	Tasa mínima de rendimiento TMAR

Fuente: elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Tabla de amortización

La siguiente tabla nos indicara el pago por la suma de 10.000 mil dólares con una tasa del 14%, con un plazo de 5 años. Con pago total de intereses 4,564.18.

Financiado por la siguiente entidad financiera (Mutualista Azuay).

TABLA 37: TABLA DE AMORTIZACIÓN

Monto	12,000			
Tasa	14%			
Plazo	5			
Periodo	Dividendo	Pago interes	Pago capital	Saldo
0	-	-	-	12000
1	3495.40	1,680.00	1,815.40	10,184.60
2	3495.40	1,425.84	2,069.56	8,115.04
3	3495.40	1,136.11	2,359.30	5,755.74
4	3495.40	805.80	2,689.60	3,066.14
5	3495.40	429.26	3,066.14	0.00

Fuente: elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Punto de equilibrio y costos fijos

TABLA 38: COSTOS FIJOS

Costos fijos		
Descripción	Pago mensual	Pago anual
Agua	10	120
Luz	20	240
Internet	40	480
Arriendo	300	3600
Sueldos	807.43	9689.2
Total	1177.43	14129.2

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

TABLA 39: MATERIA PRIMA

Material prima		
Detalle	Mensual	Annual
Insumos para belleza y cosméticos	83.33	1000
Insumos de colorimetría	83.33	1000
Material para peinados	20.83	250
Material para cortes de cabello	16.67	200
Insumos para uñas artificiales	125.00	1500
Material para manicure y pedicura	20.83	250
Total	350.00	4200

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Precio promedio referencial

Se obtuvo el precio referencial de los precios de la competencia que existe en el sector y de esta manera hacer mas viable, atractivo y de esta manera captar la mayoría de los clientes en un menor tiempo posible.

TABLA 40: PRECIO PROMEDIO

Precio promedio referencial		
Precio	15	
Costo	8	
Ganancia	7	Margen de contribución

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos indicara el nivel de ventas que debemos hacer para no perder ni ganar, donde mis ventas nos permitan cubrir mis costos y gastos.

TABLA 41: PUNTO DE EQUILIBRIO

	218	Ventas mensuales	
	7.3	Ventas diarias	Pto. Equilibrio
Venta	218	15	3273.1
Costo	218	8	1745.6
Gasto			1527.4
Punto de equilibrio			0

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Para obtener ganancias se proyectara en base a los datos de la investigación que se realizó en la parroquia de Machángara, el número de clientes que debemos alcanzar para mantener una rentabilidad que nos permita la sostenibilidad del negocio.

Proyección de ventas

Proyección de ventas en base a la pregunta 5,7 y 9 que nos indica que el nivel de aceptación de los clientes es del 70%.

TABLA 42: PROYECCIÓN DE VENTAS

	En base a:	Pregunta 5, 7 y 9	
	218	70%	
	218	152.7	370.9
Ventas proyectadas			
371	5564.2	66770.7	Ventas
371	2967.6	35611.0	Costo

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Estado de resultados

El estado de resultados es un cuadro donde podemos calcular las ventas producidas en un periodo y los costos que generan por las operaciones del negocio en el mismo período, obteniendo al final de cada año el resultado del ejercicio sea utilidad o pérdida y proyectarla para cinco años.

TABLA 43: ESTADO DE RESULTADOS

Estado de resultado						
	0	1	2	3	4	5
Ventas		66770.66	68780.45	70850.75	72983.35	75180.15
Costo de ventas		35611.02	36682.91	37787.06	38924.45	40096.08
Utilidad bruta en ventas		31159.64	32097.55	33063.68	34058.90	35084.07
Gastos administrativos		9689.20	9980.84	10281.27	10590.73	10909.52
Servicios básicos		840.00	865.28	891.33	918.16	945.79
Material ofic. y limpieza		906.96	934.26	962.38	991.35	1021.19
Alquiler auto		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Alquiler		3600.00	3708.36	3819.98	3934.96	4053.41
Publicidad		500.00	515.05	530.55	546.52	562.97
Depreciaciones		482.97	482.97	482.97	482.97	482.97
Amortizaciones		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Utilidad operativa		15080.51	15550.78	16035.20	16534.20	17048.23
Gastos financieros		1680.00	1425.84	1136.11	805.80	429.26
Utilidad antes de impuestos		13400.51	14124.93	14899.09	15728.40	16618.97
Base impositiva		3383.63	3566.55	3762.02	3971.42	4196.29
Utilidad neta		10016.88	10558.39	11137.07	11756.98	12422.68

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Evaluación financiera

Flujo de caja

El flujo de caja es una proyección de la liquidez del negocia, que registra las variaciones de entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones. El objetivo del flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo.

El modelo que utilizaremos es el flujo de caja del inversionista¹ el cual permite medir la rentabilidad de toda la inversión, el mismo que estará proyectado para los 5 años de la vida útil del proyecto. Se tomará en cuenta el año 0 como el año de ejecución del proyecto en cuanto a su inversión y financiamiento.

TABLA 44: FLUJO DE CAJA

Flujo de caja						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad operative		15080.51	15550.78	16035.20	16534.20	17048.23
Depreciación		482.97	482.97	482.97	482.97	482.97
Amortización		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
- base impositiva		3383.63	3566.55	3762.02	3971.42	4196.29
- gastos financieros		1680.00	1425.84	1136.11	805.80	429.26
- pago capital		1,815.40	2,069.56	2,359.30	2,689.60	3,066.14
+ valor de salvamento						0
+ capital de trabajo						0
- reposicion de activos				0		
= flujo neto de caja	-25175.66	8,744.45	9,031.80	9,320.74	9,610.35	9,899.50

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Indicadores de evaluación

Valor actual neto

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable.

Tasa interna de retorno

La TIR (tasa interna de retorno) representa la rentabilidad del proyecto, la cual determina si es conveniente realizar la inversión en un proyecto cuando su valor en porcentaje es superior a la tasa del costo del capital. Para el caso del proyecto propuesto, el cálculo del TIR se puede apreciar:

TABLA 45: VAN Y TIR

VAN	5,802.64	5,181.69
TIR	24.15%	
TMAR	13.48%	

Fuente: Elaboración propia (Beltrán A. 2021)

Síntesis del capítulo

En el desarrollo de la propuesta se tomó en cuenta algunos factores como es el tamaño de la empresa, esta parte es importante para saber en qué nivel estará ubicada nuestra empresa o negocio. Hemos determinado que estará ubicado en el nivel más bajo de la jerarquía considerado como una microempresa artesanal.

Al estar calificado como un taller o centro artesanal tiene algunos beneficios que están detallados en el *tamaño de la empresa*.

También es importante mencionar los recursos con los que contara la empresa para llevar a cabo el desarrollo de sus operaciones como son los recursos industriales, de seguridad, materia prima, permisos etc.

El estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción.

Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica.

El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad.

Mediante el estudio realizado hemos determinado que la viabilidad de nuestro negocio es rentable, con una inversión total de \$25.176 USD americanos, con una utilidad neta de \$10016.88 USD durante el primer año de operaciones.

Se llevó a cabo este tipo de negocio ya que es uno de los servicios que tiene mucha demanda en la actualidad y por otro lado no existen muchos lugares en el sector que presten este tipo de servicios, por lo que la demanda es alta y se tratara de cumplirla de la mejor manera posible con personal y productos de calidad.

Al calcular la tasa interna de retorno TIR también nos dan valores positivos por lo que nos indica la factibilidad del negocio. Dando una TIR de 24.15%, al ser una tasa positiva nos da la confianza para poner en marcha el negocio, siguiendo los parámetros de acuerdo a lo analizado en esta investigación.

Es importante realizar un análisis o una investigación antes de poner cualquier tipo de negocio o emprendimiento, y de esta manera conocer los detalles de lo que implica la creación de cualquier tipo de negocio, como los costos y gastos que tendremos para llevar a cabo el mismo. También nos ayuda a determinar si contamos con todo el capital necesario, de no ser así sabremos con exactitud cuánto tendremos que financiar mediante una entidad financiera.

Para poder cubrir nuestros costos y gastos debemos realizar como mínimo 7 ventas diarias y unas 218 vetas mensuales, estas ventas incluye todos los servicios

que se estará ofreciendo en nuestro negocio. Esto nos ayudara a mantener el punto de equilibrio, es decir que nuestro negocio no pierda ni gane.

Para obtener margen de ganancia, se ha sumado el precio total de los servicios y se ha dividido para el número de servicios que se ofrecerá que es de \$15 USD y se ha restado el costo que es de \$8 USD, manteniendo una ganancia \$7 USD respectivamente.

Manteniendo el desarrollo del negocio y de esta manera garantizar a futuro la factibilidad financiera de nuestro proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- A nivel de estudios y viabilidad se puede concluir que nuestro negocio será rentable por la gran demanda que tienen estos servicios, además de los escasos lugares que prestan los servicios de belleza en el sector de quinta chica. “**ARY’S STYLOS**” será el primer centro de belleza que estará ofreciendo un servicio integral y que cumpla con todas las necesidades de los moradores del sector.
- Se realizaron las investigaciones necesarias que nos permitieron recolectar información del sector a nivel parroquial, conocer los servicios que se ofrecen y los que hacen falta en el sector.
- Se realizó consultas y recomendaciones a las personas para conocer el tipo de servicio que han recibido de los centros de belleza que existen y de qué manera les gustaría que mejore.
- A nivel del estudio y de los resultados que arrojaron las encuestas se demuestra la aceptación de los clientes, ofreciendo servicios de calidad e innovadores.
- Fidelizar a los clientes en el menor tiempo posible, a través del trato especial, ofertas y publicidad. De esta manera estaremos posicionándonos en el mercado.
- La implementación del presente negocio nos permitirá tener mejores ingresos económicos y una mejor calidad de vida.

Recomendaciones

- Cumplir con todas las normativas y permisos de acuerdo a la ley vigente para el correcto funcionamiento del negocio y de esta manera evitar multas y posibles clausuras.
- Cumplir con los lineamientos establecidos con respecto a capacitaciones constantes en técnicas y atención al cliente para el buen desarrollo y la constancia del negocio.
- Mantener una amplia publicidad del negocio y sus servicios por medio de las redes sociales y otros métodos disponibles con el objetivo de atraer clientes.
- Realizar balances anuales para evaluar el desarrollo del negocio, esto nos permitirá determinar el porcentaje de ganancias o pérdidas.
- Mantener los estándares de calidad en cuanto a productos y servicios.

REFERENCIAS

- <https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=Gesti%C3%B3n%20Tributaria#info1>
- <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wpcontent/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- <https://www.google.com/maps>
- <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/inicio/NAT>
- <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-GOB.EC> Patente municipal (2021)
- <https://enlinea.cuenca.gob.ec/#/>
- Ecuador Legal Online (2021). Derechos y obligaciones del trabajador 2021 y empleador, Recuperado el 6 de enero del 2021. Disponible en <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/#>
- GOB.EC. (s.f). Patente Municipal. Recuperado el 2 de enero del 2021. Disponible en <https://www.gob.ec/tramites/buscar? =patente +municipal>
- SRI. (s.f). Impuesto al valor agregado. Recuperado el 6 de enero del 2021. Disponible en <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva>.

ANEXOS

Modelo de encuesta

Objetivo: Conocer gustos y preferencias sobre de servicio de un centro de belleza y de esta manera poder ofrecer un servicio satisfactorio.

1. ¿Utiliza usted el servicio de belleza y estética?

- SI NO

2. ¿Con que frecuencia va al centro de belleza?

- Una a dos veces por semana Una a dos veces al mes
 Una vez cada tres meses

3. ¿A qué servicio suele acudir más?

- Manicure y pedicura Corte de cabello
 Maquillaje Tintes
 Tratamiento facial Otros

4. ¿califique cómo se siente con la atención brindada?

- Muy satisfecho Satisfecho
 Poco satisfecho Insatisfecho

5. El precio de acuerdo al servicio recibido le parece:

- Conforme Accesible Exagerado

6. ¿Cuánto tiempo ha esperado para que le atiendan en un centro de belleza?

- 10 minutos 20 minutos
 30 minutos 45 minutos

7. ¿Estaría de acuerdo que un centro de belleza ofrezca servicios integrales que usted utilice?

- SI NO

8. ¿Cuál es el canal de comunicación que más utiliza para conocer de promociones y servicios?

- Facebook Instagram Tiktok
 Twitter WhatsApp Call center

9. ¿Cuánto \$ destina usted mensualmente para consumir productor y servicios de belleza?

- 10-20 20-30
 30-40 50-60



Silla Sillón Peluquería Barbería Maquillaje Reclinable

U\$S 250



Computador Todo En Uno Hp I7 1000gb/8gb Ram ,

U\$S 794



Señaléticas Seguridad Industrial

U\$S 3⁵⁰



Extintor Co2 5 Libras (5 Años De Garantía). F

U\$S 35





MESA AUXILIAR C 2 ESPACIOS VIDRIO

\$84

PRECIOS NO INCLUYEN ENVÍO*
45x55x78cm

FABRICACIÓN NACIONAL



ESTERILIZADOR Y CALENTADOR DE TOALLAS



\$190

1 AÑO GARANTÍA



www.munidiservicios.com

Traje de Protección

ANTIFLUÍDO Y REUSABLE

MUNDISERVICIOS
¡Excelencia en soluciones textiles!

EXPERIMENTOS ALIMENTOS

INDUSTRIA FUMIGACIÓN

CONSTRUCCIÓN

\$ 12,99
POR UNIDAD

ANTILLAS DE OJOS FRECUENTES

099 661 7697